

**STRATEGI MANAJEMEN RADIO TELSTAR DALAM  
MEMPERTAHANKAN PROGRAM PESONA K-POP**



**Skripsi**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi  
pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

**NURHIKMA RAHMADHANI SYAM**  
**NIM: 50700115072**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN ALAUDDIN MAKASSAR  
2019**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurhikma Rahmadhani Syam

NIM : 50700115072

Tempat, Tanggal lahir: Kampung Baru, 9 Januari 1997

Jur/Prodi Konsentrasi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Alamat : Bumi Pratama Residen Blok C1/16, Tamangapa Raya III

Judul : Strategi Manajemen Radio Telstar dalam mempertahankan  
Program Pesona K-Pop

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikasi, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Samata, Gowa 6 November 2019  
Penulis

Nurhikma Rahmadhani Syam  
NIM. 50700115072

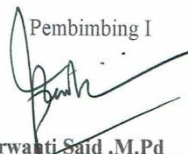
### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudara **Nurhikmah Rahmadhani Syam** Nim : 50700115072 Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, setelah dikoreksi dan diteliti dengan seksama skripsi yang bersangkutan dengan judul **“Strategi Manejemen Radio Telstar dalam Mempertahankan Program Pesonan K-POP**. Memandang bahwa skripsi telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke **Seminar Munaqasyah**.

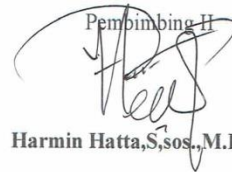
Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Gowar, 11 November 2019

Menyetujui

Pembimbing I  


Dr. Irwanti Said, M.Pd  
NIP.19650223 199303 2 001

Pembimbing II  


**Harmin Hatta, S.sos., M.I.Kom**

### PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Strategi Manajemen Radio Telstar dalam Mempertahankan Program Pesona K-Pop”, yang disusun oleh Nurhikma Rahmadhani Syam, NIM: 50700115072, Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 12 November 2019 M, bertepatan dengan 15 Rabiul Awal 1441 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi, jurusan Ilmu Komunikasi.

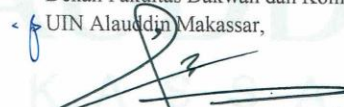
Gowa, 12 November 2019 M  
15 Rabiul Awal 1441 H

#### DEWAN PENGUJI:

Ketua	: Mudzhira Nur Amrullah, S.Sos., M.Si	(  )
Sekretaris	: Suryani Musi, S.Sos., M.Si	(  )
Munaqisy I	: Dr. Ramsiah Tasruddin, M.Si	(  )
Munaqisy II	: Rahmawati Haruna, SS., M.Si	(  )
Pembimbing I	: Dr. Irwanti Said, M.Pd	(  )
Pembimbing II	: Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom	(  )

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Alauddin Makassar,

  
**Dr. Firdaus Muhammad, MA**  
NIP. 197602202005011 002

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'Alaikum Warahmaullahi Wabarakatuh*

Puji syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul: Strategi “*Manajemen Radio Telstar dalam Mempertahankan Program Pesona K-pop*”. Shalawat dan taslim semoga selalu tercurah kepada suri tauladan kita pada segala aspek kehidupan yakni Rasulullah Muhammad Saw.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan penulis sebagai manusia biasa. Oleh karena itu untuk menjadikan tulisan ini menjadi karya yang baik, penulis senantiasa bersedia menerima saran dan kritikan dari berbagai pihak.

Ketekunan dan keseriusan senantiasa diiringi dengan do'a telah mengantarkan penulis untuk sampai pada tahap ini. Dalam kesempatan ini pula, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, motivasi dari berbagai pihak yang telah memberikan dorongan kepada penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih secara khusus kepada kedua orang tua tercinta Drs. H. Syamsuddin dan Dra. Hj. Nurbaya, sebagai *My Support Sistem* yang telah melimpahkan segala kasih sayang yang tiada akhir, atas pengorbanannya tiada pamrih, nasihat dan do'anya yang berguna untuk memotivasi penulis dalam menyusun skripsi ini segera selesai, serta bantuan moril dan materil

yang takkan ternilai harganya. Penyelesaian skripsi ini semata-mata bukanlah hasil usaha penulis sendiri, melainkan dari bantuan, bimbingan, motivasi dan semangat serta doa dari berbagi pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini juga penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Prof. Dr. Hamdan Juhanis, M.Si. beserta Prof. H. Mardan, M.Ag. selaku Wakil Rektor I, Dr. Wahyuddin, M.Hum. selaku Wakil Rektor II, dan Prof. Dr. Darussalam, M.Ag. selaku Wakil Rektor III.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dr. Firdaus Muhammad, M. Ag, beserta Wakil Dekan I Dr. Irwan Misbach, S.E., M.Si., Wakil Dekan II Dr. Hj. Nurlaela Abbas, Lc., M.A., dan Wakil Dekan III Dr. Irwanti Said, M.Pd., Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang telah mengelola Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta memimpin penuh tanggung jawab.
3. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Dra. Asni Djamereng, M. Si., Mudzhira Nur Amrulla. S.Sos., M.Si., Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi beserta staf Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Pembimbing I, Dr.Irwanti Said, M.Pd., dan Harmin hatta S.sos., M. Ikom., selaku pembimbing II Yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran yang konstruktif kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr.Ramsiah Tasruddin, S.Ag., M.Si., selaku penguji I dan Rahmawati Haruna, SS.,M.Si, selaku penguji II yang telah memberikan masukan, saran, dan kritik kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

6. Kepala Perpustakaan UIN Alauddin Makassar dan serta perpustakaan Fakultas dakwah dan Komunikasi dan seluruh stafnya yang telah memberikan pelayanan bagi penulis dalam menyiapkan segala referensi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Para Dosen UIN Alauddin Makassar terkhusus Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi, bagian tata usaha, umum dan akademik, bersama staf pegawai yang telah memberikan bekal ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, dan pelayanan administrasi selama penulis menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi.
8. Pimpinan/direktur beserta crew Radio Telstar Makassar yang telah membantu penulis dalam proses penulisan serta kelengkapan data penulis dalam penyelesaian skripsi.
9. Saudari-saudari saya tercinta, kakak pertama saya Eka Prajawati Syam, dan kedua adik saya Ayu puspitasari Syam & Divia Febrianti Syam yang selalu menyemangati dan memberi dukungan moril maupun materi kepada penulis.
10. Irma Octaviani Ramisdar, sahabat yang sudah seperti saudara yang telah menjadi teman diskusi, sharing, dan selalu memotivasi serta mendengar keluh kesah penulis memberikan masukan, arahan, motivasi yang sangat berpengaruh selama proses menggarap, hingga terselesaikannya skripsi ini.
11. Kepada seluruh Keluarga Besar Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015 (Redaksi) dan khususnya juga teman-teman seperjuanganku Ikom C yang terus memberi warna selama perkuliahan, motivasi dan doa tentunya.
12. Direktur, dan seluruh crew Radio Syiar FM yang menjadi rumah ke dua dan Tempat ternyaman untuk menghilangkan rasa lelah. Love you all

13. Sahabat seperjuangan penulis Nur Rahma dan Fatima yang senantiasa membantu, menyemangati dan selalu ada saat suka dan duka selama duduk dibangku perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
14. Saudara-saudari seperjuanganku Eca, Ana, Fajar, K'Angga, Fahmi, Mila, Muda, Sarah. Adik-adikku Qadri, Upa, Ayu, Wafiq yang selalu mendengar keluh kesah penulis, dan telah menjadi pendengar yang baik serta senantiasa membantu, menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Sahabat-sahabat SMA ku Inna, Icha, Irma, Hasmi, Dian, Riska, Nining, Eni, Lela, Inu, Nidar, Setya & Mukhlis yang senantiasa mengsupport penulis.
16. Teman-teman KKN angkatan 60 kecamatan Bantaeng khususnya posko 2 Tappanjeng squad; Armin, Ambar, Ani, Almh. Nisa, dan teman-teman yang lain yang telah mendukung dan menjadi teman berbagi cerita dan pengalaman selama 2 bulan dan juga memotivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya, penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas segala partisipasi baik materil maupun moril selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena sesungguhnya penulis hanyalah manusia biasa yang tak luput dari kesalahan. Saran dan kritik yang sifatnya konstruktif, sangat diharapkan oleh penulis. Atas perhatiannya, penulis ucapkan banyak terima kasih.

*Wassalamu Alaikum warahmatullahi Wabarakatuh*

Samata-Gowa,... 2019  
Penulis,

**Nurhikma Rahmadhani Syam**  
**NIM: 50700115072**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	xi
ABSTRAK .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1-15</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus .....	10
D. Kajian Pustaka .....	11
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	15
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS.....</b>	<b>16-42</b>
A. Tinjauan Komunikasi Massa .....	16
B. Strategi Manajemen Radio .....	33
C. K-Pop .....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>43-48</b>
A. Jenis dan Lokasi Penelitian .....	43
B. Pendekatan Penelitian.....	43
C. Sumber Data .....	44
D. Metode Pengumpulan Data .....	46
E. Instrument Penelitian.....	47

F. Teknik Pengolahan dan Analisis .....	47
<b>BAB IV STRATEGI MANAJEMEN RADIO TELSTAR DALAM MEMPERTAHANKAN PROGRAM PESONA K-POP</b>	<b>49-79</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	49
B. Strategi Perencanaan, Pengorganisasian, Pergerakan dan Pengawasan dalam Mempertahankan Program Pesona K-Pop .....	61
C. Faktor Penghubung dan Penghambat .....	75
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>80-82</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83-84</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	



## PEDOMAN TRANSLITERASI

### 1. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan Transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut :

#### 1. *Konsonan*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya		Ye

Hamzah ( ء ) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda ( ' ).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal Bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau menoftong dan vokal rangkap atau dipotong.

Vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	<i>fathah dan yaa'</i>	Ai	a dan i
أُ	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauula*

### 3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ ...   ا ...	Fathah dan alif atau yaa'	a	a dan garis di atas
إِ	Kasrah dan yaa'	i	i dan garis di atas
أُ	Dhammah dan waw	u	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *maata*

رَمَى : *ramaa*

قِيلَ : *qiila*

يَمُوتُ : *yamuutu*

### 4. Taa' marbuutah

Transliterasi untuk *taa' marbuutah* ada dua, yaitu *taa' marbuutah* yang hidup atau mendapat *harakat fathah, kasrah, dan dhammah*, transliterasinya adalah

[t].sedangkan *taa' marbuutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *taa' marbuutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sedang al- serta bacaan kedua kata tersebut terpisah, maka *taa' marbuutah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh :

الأَطْفَالِ الرَّوْضَةِ : *raudah al- atfal*

الْفَاضِلَةُ الْمَدِينَةِ : *al- madinah al- fadilah*

الْحِكْمَةِ : *al-hikmah*

#### 5. *Syaddah (Tasydid)*

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan anda) yang diberi tandasyaddah.

Contoh :

رَبَّنَا : *rabbanaa*

نَجَّيْنَا : *najjainaa*

الْحَقُّ : *al- haqq*

نُعَم : *nu''ima*

عُدُّوْ : *'aduwwun*

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah ( يّ ب ) maka ia ditransliterasikan sebagai huruf *maddah* menjadi i.

Contoh :

عَلِيّ : 'Ali (bukan 'Aliyyatau 'Aly)

عَرَبِيّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyyatau 'Araby)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh :

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilaadu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh :

تَأْمُرُونَ : *ta'muruuna*

وَعْن : *al-nau'*

شَيْء : *syai'un*

أَمِرْتُ : *umirtu*

## 8. Penulisan Kata Bahasa Arab Yang Lazim Digunakan Dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam Bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan telah menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan Bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata Al-Qur'an (dari *Al-Qur'an*), al-hamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh :

*Fizilaal Al-Qur'an*

*Al-Sunnah qabl al-tadwin*

#### 9. *Lafz al- Jalaalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaafilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh :

يُنَادِ *diinullah* بِاللّٰهِ *billaah*

Adapun taamarbuutah di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz aljalaalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh :

*hum fi rahmatillaah*

#### 10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf capital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf



capital berdasarkan pedoman ajaran Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf capital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

*Wa ma muhammadun illaa rasul*

*Inna awwala baitin wudi' alinnasi lallazii bi bakkata mubarakan*

*Syahru ramadan al-lazii unzila fih al-Qur'a*

Nazir al-Din al-Tusi

Abu Nasr al- Farabi

Al-Gazali

Al-Munqiz min al-Dalal

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *ibnu* (anak dari) dan *Abu* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abu Al-Wafid Mummad Ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu Al-Walid Muhammad (bukan : rusyd, abu al-walid Muhammad ibnu)  
Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

### ***11. Daftar Singkatan***

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah :

swt. = *subhanallahu wata'ala*

saw. = *sallallahu 'alaihi wasallam*

r.a = *radiallahu 'anhu*

H = Hijriah

M = Masehi

QS.../...4 = QS Al-Baqarah/2:4 atau QS Al-Imran/3:4

HR = Hadis Riwayat



## ABSTRAK

**NAMA :NURHIKMAH RAHMADHANI SYAM**  
**NIM :50700115072**  
**JUDUL :STRATEGI MANAJEMEN RADIO TELSTAR DALAM**  
**MEMPERTAHANKAN PROGRAM PESONA K-POP**

---

Penelitian ini mengkaji tentang Strategi Manajemen yang dilakukan Radio Telstar pada program Pesona K-Pop dalam mempertahankan eksistensinya. Dengan Pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Strategi Manajemen yang dilakukan Radio Telstar dalam mempertahankan program Pesona K-Pop serta mengetahui apa faktor pendukung dan penghambat dalam mempertahankan program tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan metode deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan penulis melalui tiga tahap, yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan Radio Telstar dalam mempertahankan Program Pesona K-Pop adalah 1) *Planning*, tahap ini bertujuan untuk mempersiapkan dan merencanakan segala sesuatu untuk melancarkan proses penyiaran. 2) *Organizing*, pembagian tugas serta beban kerja yang telah tersusun rapi dimana diperlukan kerja sama tim yang baik mulai dari atasan, program direktur, produser program, penyiar dan semua yang terlibat dalam proses penyiaran.. 3) *Actuating*, strategi ini dilakukan sesuai rencana yang telah ditetapkan serta pengarahan yang dapat membantu dalam mekanisme kerja. 4) *Controlling*, pihak manajemen melakukan pengawasan melihat mekanisme kerja dilakukan. 5) *Evaluation* dilakukan oleh seluruh manajemen untuk melihat keberhasilan strategi yang telah dijalankan Adapun faktor pendukung dan penghambat yaitu memiliki fasilitas yang memadai, memiliki SDM yang baik dan profesional, memiliki waktu siaran yang tepat, konten yang mendukung program, serta pendengar yang antusias. Adapun faktor penghambat yaitu waktu siaran yang singkat, komputer error, serta kebutuhan pendengar yang mengikuti *tren*.

Penelitian ini memiliki implikasi teoritis yaitu mampu memberi pemahaman tentang strategi ataupun trik kreatif dalam meningkatkan kualitas program, dan juga mampu menggambarkan program-program ataupun segmen-segmen yang kreatif pada stasiun radio. Selain itu implikasi praktis hasil penelitian ini sebagai bahan informasi, acuan dan referensi penelitian yang berkaitan, sebagai ragam penelitian antara ilmu komunikasi dan dakwah serta referensi bagi siapa yang ingin mendirikan suatu stasiun radio penyiaran.

**Kata Kunci : Strategi, Manajemen, Radio, Pesona K-Pop**

## **BAB I**

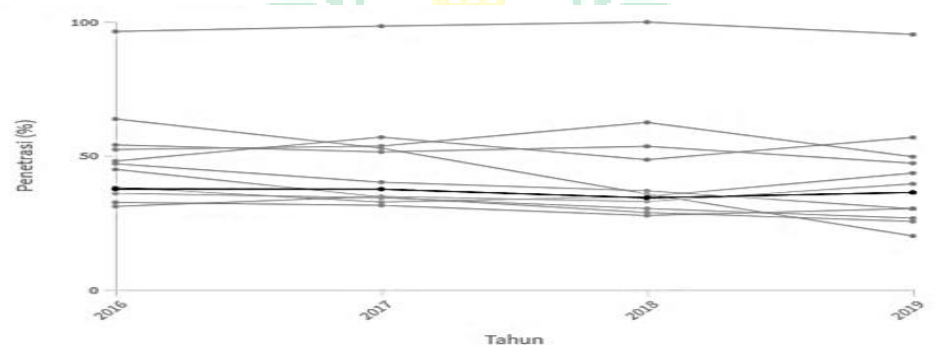
### **PENDAHULUAN**

#### ***A. Latar Belakang Masalah***

Dewasa ini perkembangan zaman sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Di era globalisasi, laju perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangatlah berpengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan masyarakat. Informasi merupakan salah satu kebutuhan penting dalam kehidupan manusia. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi menjadi hal yang sangat penting. Mengingat karena hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan maka diperlukan interaksi dan komunikasi yang baik agar informasi dapat disampaikan dan diterima secara baik. Komunikasi memudahkan masyarakat bertukar informasi baik persoalan sosial, agama, budaya, politik dan lain sebagainya dan setiap individu sudah pasti membutuhkan informasi guna menambah wawasan.

Seperti yang kita ketahui di zaman sekarang jenis-jenis media sangatlah bertumbuh pesat, dari media audio (media yang hanya dapat didengar saja seperti kaset audio, mp3, radio). Media visual (media yang hanya dapat dilihat seperti foto, gambar, poster, grafik, dll). Media audio visual (media yang dapat didengar sekaligus dilihat seperti, film bersuara, video, televisi, dan sound slide). Multimedia (Media yang dapat menyajikan unsur media secara lengkap seperti, animasi) dan media realita (media nyata yang ada dilingkungan alam).

Nielsen pada tahun 2016 pernah merilis laporan berjudul *Radio Masih Memiliki Tempat di Hati Pendengarnya*. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat 57 persen dari total pendengar radio berasal dari Generasi Z dan *Millenials*. Sebanyak 40 orang pendengar radio mendengarkan radio melalui perangkat yang lebih personal, yaitu melalui telepon/*mobile phone*. Dari angka penetrasi mingguan tersebut menunjukkan bahwa di Indonesia, radio masih didengarkan oleh sekitar 20 juta orang konsumen. Pada 11 kota di Indonesia yang di survey para pendengar setidaknya menghabiskan rata-rata waktu 139 menit per hari untuk mendengarkan radio. Menurut Nielsen, waktu untuk mendengarkan radio terus meningkat dari tahun ke tahunnya.<sup>1</sup>



Sumber: *Nielsen Radio Audience Measurement Visualisasi: Wan Ulfa Nur Zuhra.*

Nielsen Radio Audience Measurement mencatat meskipun internet tumbuh pesat pada kuartal ini, tidak berarti jangkauan pendengar radio menjadi rendah. Pada kuartal ketiga tahun 2016, penetrasi radio masih 38 persen, sedikit di bawah internet pada angka 40 persen. Angka penetrasi ini menunjukkan radio masih didengarkan oleh sekitar 20 juta publik Indonesia. Para pendengar menghabiskan rata-rata waktu 139 menit per hari. Sampai akhir tahun 2016, penetrasi radio berada pada angka 37,6

<sup>1</sup> Nielsen, “Radio Masih Memiliki Tempat di Hati Pendengarnya”( <https://tirto.id/edmp>, diakses pada 28 Oktober 2019)

persen. Angka penetrasi itu diperoleh Nielsen dari survei di 11 kota, yakni Bandung, Banjarmasin, Denpasar, Jakarta, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Surabaya, Surakarta, dan Yogyakarta. Sepanjang 2016 hingga 2018, penetrasi radio turun perlahan dari 37,6 persen menjadi 34,3 persen pada 2018. Namun, data hasil survei Nielsen pada 2019 menunjukkan ada kenaikan menjadi 36,3 persen <sup>2</sup>.

Berdasarkan penelitian tersebut dapat diketahui bahwa eksistensi dari radio sendiri masih cukup bersaing dengan media-media lainnya. Banyak yang beranggapan bahwa radio akan tenggelam dengan adanya media elektronik lainnya, namun buktinya saat ini masih banyak program radio yang tetap eksis dan banyak diminati oleh pendengar. Apalagi cara menikmati radio saat ini sudah sangat mudah. Radio dapat berbaur dimana saja, seperti di *handphone*, mobil, angkutan umum, dan sekarang mayoritas radio komersil maupun komunitas sudah dapat dikonsumsi via *streaming*. Dengan menggunakan via *streaming* ini membuat proses penyebaran siaran menjadi tak terbatas, asalkan ada koneksi internet. Untuk menjaga eksistensinya, kreatifitas dan inovasi baru dari penggiat radio sangat dibutuhkan untuk saat ini. Dimana mereka harus berlomba-lomba memberikan program yang tak kalah menariknya dengan media online. Dengan *streaming* pula, radio dapat menjelma menjadi media online, namun tidak kehilangan jati dirinya sebagai media yang bersifat audio.

Sama seperti organisasi media massa lainnya, radio juga memiliki manajemen yang bertugas dan bertanggung jawab atas suksesnya sebuah radio swasta. Adapun tahapan manajemen adalah perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan

---

<sup>2</sup> Nielsen, "Radio Masih Memiliki Tempat di Hati Pendengarnya" (<https://tirto.id/edmp>, diakses pada 28 Oktober 2019)

pengawasan oleh seseorang dengan memanfaatkan SDM dan sumber-sumber lain untuk mencapai maksud dan tujuan tertentu. Setiap media massa memiliki strategi yang berbeda-beda dalam upaya untuk mencapai target perusahaan. Selain iklan dan program yang dihadirkan, keberhasilan dan keberadaan radio dianggap berhasil dari kualitas penyiarnya, dimana penyiar juga harus memiliki kemampuan mengelolah konsep program siaran radio dengan baik dan menarik sehingga timbul kepercayaan dari pendengar, hal ini akan menjadi faktor berkembangnya program siaran.

Pada umumnya penyiar adalah juru bicara stasiun radio siaran. Bahkan, penyiar adalah “ujung tombak” stasiun radio, sukses tidaknya sebuah acara ditentukan oleh penyiarnya. Penyiar adalah seorang penampil yang melakukan pekerjaan penyiaran, menyajikan produk komersial, menyiarkan berita/informasi, akting sebagai pembawa acara atau pelawak, menangani olahraga, pewawancara, diskusi, kuis dan narasi.<sup>3</sup> Radio mempunyai kekuatan imajinasi dimana seorang penyiar mempunyai kemampuan untuk membuat pendengar menjadi kecanduan. Ada beberapa pendengar yang hanya ingin mendengar siaran radio untuk mendengar suara dan penyiar favoritnya. Jadi sebuah siaran radio jelas bisa membawa pengaruh pada masyarakat dan hal ini sangat bergantung dari kemampuan seorang penyiar mengelolah konsep radio tersebut untuk bisa memenuhi kebutuhan pendengar. Cerminan kepercayaan masyarakat terhadap sebuah radio salah satunya terletak pada jumlah pendengar, kepercayaan masyarakat sangat penting bagi keberlangsungan sebuah radio dan menjadi sesuatu yang fundamental (kebenaran umum). Hanya atas dasar kepercayaan masyarakat itulah sebuah radio dapat berkembang sekaligus juga

---

<sup>3</sup>Irwanti Said, *Fungsi Sosial Siaran Radio* (Cet: Pertama, Alauddin University Press, 2012), h. 141-142.

mampu menjalankan fungsi-fungsinya secara memadai.<sup>4</sup> Penjabaran ini menjelaskan bahwa peran penyiar sangat penting untuk menarik perhatian pendengar.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, cara menikmati media massa telah banyak berubah, pada anak muda yang lebih banyak menghabiskan waktunya untuk mengakses segala sesuatu melalui gadgetnya. Canggihnya perkembangan teknologi pada masa sekarang membuat semua aktivitas menjadi lebih mudah dan praktis. Contoh paling sederhana bisa dilihat dari cara orang mendengarkan musik. Jika dibandingkan dengan jaman dulu, untuk mendengarkan musik favorit, kita harus membeli kaset dulu atau memutar *channel* radio langganan kita.

Dibekali dengan teknologi internet, mendengarkan musik kini semudah menjentikkan jari. Kita tidak perlu repot-repot memutar kaset untuk mencari *track* favorit kita, atau begadang hingga larut malam menunggu lagu favorit kita diputar sang penyiar seperti yang di alami di era 1990-an dulu. Dengan hadirnya layanan *streaming* musik, kini pengalaman mendengarkan musik menjadi lebih mudah. Tak sedikit layanan *streaming* musik yang menghadirkan beberapa kelebihan dan fitur menarik bagi para penggunanya, misalnya *Joox*, *Spotify*, *google play music*, *iTunes*, *Apple music*, *Youtube music*, dan lain lain.

Namun dengan adanya aplikasi *streaming* musik, ternyata masih ada beberapa orang yang masih memilih mendengarkan musik melalui radio. Radio masih memiliki tempat di hati beberapa pendengarnya. Menurut Music Director Jak FM, Ilham Fahrie, radio masih memegang peranan penting dalam pencatutan musik Indonesia. Hal tersebut terbukti melalui survei yang hasilnya menunjukkan bahwa

---

<sup>4</sup>Irwanti Said, *Fungsi Sosial Siaran*, h.6



musik masih menjadi alasan utama orang-orang mendengarkan radio. Ilham dan Arga sepakat apa yang membedakan playlist lagu yang diputar di radio dengan yang ada di layanan aplikasi streaming adalah adanya sentuhan manusia dalam penyusunannya. Keduanya bercerita, untuk menyusun lagu dalam sebuah program radio, seorang music director bekerja berdasarkan riset. Riset tersebut berisikan analisis apakah lagu yang diputarkan tepat dengan pasar pendengar mereka.<sup>5</sup>

Dewasa ini banyak musik-musik barat ataupun musik negara lainnya yang bermunculan di Indonesia. Di Indonesia sekarang ini jenis musik yang sedang pesat perkembangannya adalah Musik Korea (*Kpop*). Budaya Korea, dalam hal ini Korea Selatan, beberapa tahun terakhir seakan tak terbendung memikat orang di seluruh dunia. Keunikan musik Korea dengan jenis musik populer lainnya, dijelaskan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu yang menyebut Korea berhasil membangun industri kreatifnya dan menjadi konsumsi dunia. Meskipun lagu popnya setia menggunakan lirik bahasa Korea namun *Kpop* mudah diterima di negara lain. Ini dikarenakan musiknya yang ringan, mudah dinikmati semua orang. Oleh karena itu *Kpop* dalam waktu singkat mampu menciptakan penggemar fanatik khususnya Asia termasuk di Indonesia.<sup>6</sup> Tidak hanya lagu saja, kehidupan *entertainment* dan budaya Korea Selatan menjadi populer di negara lain. Fenomena ini menjadi pemicu media, khususnya radio sebagai media informasi dan referensi lagu

---

<sup>5</sup> Dyah Paramita Saraswati - detikHot “Menilik Pengaruh Radio pada Perkembangan Musik di Putaran Zaman”, di akses dari <https://hot.detik.com/music/d-4258779/menilik-pengaruh-radio-pada-perkembangan-musik-di-putaran-zaman> pada tanggal 1 Oktober 2019.

<sup>6</sup> Pingkan Elita Dundu, “Terlena Pusaran Korean Wave”, *Kompas*, diakses dari <https://travel.kompas.com/read/2013/10/27/1438203/Terlena.Pusaran.Korean.Wave.?page=all> pada tanggal 2 Oktober 2019.

terbaru dan populer untuk memberikan sajian lagu-lagu Korea, salah satunya adalah radio Telstar yang membuat program khusus memutar lagu *Korean Pop* atau K-pop dan memberikan informasi *entertainment* dari Korea Selatan.

Radio Telstar FM merupakan salah satu stasiun penyiaran radio swasta yang berlokasi di Makassar, Sulawesi Selatan dan telah mengudara sejak awal tahun 1970-an dengan segmentasi keluarga. Radio Telstar bisa dikatakan berhasil dalam mempertahankan segmentasinya dan juga pendengarnya. Mengudara selama 19 jam setiap hari dengan frekuensi 102.7 Fm mulai pukul 5 pagi dengan program Permai Baru (Perbincangan Masalah Agama Islam Baik & Perlu) dilanjutkan dengan program Pagi Indah dari jam 6 pagi sampai jam 9 pagi, setelah itu ada program Bekas Tapi Mulus sampai jam 11 siang, kemudian program Masalah Kita dengan pembahasan sosial, kesehatan, hukum dan politik selama sejam. Kemudian ada program Simfoni Keluarga sampai jam 1 siang, dilanjutkan dengan program yang memutar lagu mandarin pilihan pendengar dengan nama program Pesona Mandarin. Selanjutnya ada program Pesona K-Pop yang memutar lagu Korea pilihan pendengar serta informasi seputar Korea, disusul program Ekspresi sampai jam 6 sore, kemudian program Tembang Kenangan sampai jam 8 malam dilanjutkan dengan program *request* Indoku Indomu sampai jam 10 malam lalu ditutup dengan program Kidung Malam sampai jam 12 malam. Selain *daily program* yang sudah dijelaskan di atas ada juga program *weekly* seperti Pesona Oriental, Bengkel Kita, Telpon (Terminal Ponsel), 20 TT1, *Music and Movie* dan *Sunday Music*, yang menarik dari radio Telstar adanya konten berita yang bernama “Lintas Harian” dimana konten tersebut diselipkan di program harian setiap 30 menit sekali yang dimulai dari jam 09.00 pagi sampai jam 17.30 sore.

Memiliki waktu siaran setiap hari Senin sampai Minggu, stasiun radio ini bertujuan untuk menghibur, memberikan informasi dan mendidik. Radio ini memiliki eksistensi yang cukup diperhitungkan dan memiliki banyak pendengar. Diperlukan inovasi dalam manajemen radio Telstar sebagai langkah untuk mempertahankan dan meningkatkan eksistensi radio. Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar cukup tinggi dalam merebut perhatian masyarakat. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian orang dan mendapatkan banyak pendengar. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak, mengharuskan pengelola stasiun membidik dengan teliti segmentasi programnya. Setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan pendengar yang menjadi target stasiun radio tersebut. Program “Pesona K-Pop” yang difokuskan penulis sebagai bahan penelitian yang memutar lagu Korea pilihan pendengar serta memberikan informasi hiburan dari Korea Selatan. Tentunya ini menjadi tugas dari manajemen penyiar Program untuk mempersiapkan strategi agar program tersebut tetap dapat dinikmati semua kalangan, khususnya pecinta K-Pop.

#### ***B. Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis mengembangkan pokok masalah dengan mengambil judul penelitian,

#### **“Strategi Manajemen Radio Telstar Dalam Mempertahankan Program Pesona K-Pop”**

Berdasarkan pokok masalah di atas, maka diurai sub masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi Manajemen Radio Telstar dalam Mempertahankan program Pesona K-Pop ?

2. Apa faktor pendukung dan penghambat Radio Telstar dalam Mempertahankan pada program Pesona K-Pop ?

### **C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus**

#### **1. Fokus Penelitian**

Skripsi ini berjudul “**Strategi Manajemen Radio Telstar Dalam Mempertahankan Program Pesona K-Pop**”. Oleh karena itu, penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan jenis penelitian kualitatif, maka penelitian ini akan difokuskan pada strategi manajemen di Radio Telstar Makassar khususnya dalam program Pesona K-Pop.

#### **2. Deskripsi Fokus**

Menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan fokus penelitian ini sekaligus memudahkan pemahaman dan menyamakan persepsi antara pembaca dan penulis, maka penulis akan mendeskripsikan fokus penelitian Strategi Manajemen Radio Telstar dalam mempertahankan Program Pesona K-Pop, penulis memberikan deskripsi fokus sebagai berikut:

- a. Strategi diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus, atau sebagai rencana tentang serangkaian *manuver*, yang mencakup seluruh elemen, untuk menjamin keberhasilan mencapai tujuan. Maksud strategi pada penelitian ini yaitu Strategi yang dilakukan oleh Manajemen Radio Telstar untuk mempertahankan pendengar pada Program Pesona K-Pop yang memiliki strategi-strategi kreatif bahkan terobosan baru yang menarik dan dapat meningkatkan minat pendengarnya sehingga mendapatkan langkah-langkah atau solusi dari permasalahan yang ada.

- b. Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan (memengaruhi) dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi melalui koordinasi penggunaan sumber daya manusia dan materi.
- c. Radio Telstar adalah salah satu stasiun penyiaran radio swasta yang berlokasi di jalan Ali Malaka No.26 Makassar, Sulawesi Selatan dengan segmentasi keluarga dan telah mengudara sejak awal tahun 1970. Mengudara selama 19 jam setiap hari dengan frekuensi 102.7 Fm, stasiun radio ini bertujuan untuk menghibur, memberikan informasi dan mendidik.
- d. Program pesona K-Pop adalah salah satu program di Radio Telstar yang mengudara mulai pukul 15.00-16.00 setiap hari Senin-Sabtu yang Memutarakan lagu-lagu Korea populer pilihan pendengar. Acara ini juga dilengkapi informasi menarik selebriti Korea.

#### ***D. Kajian Pustaka***

Penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan dan tolakukur serta mempermudah penulis dalam menyusun penelitian ini. Berdasarkan penelusuran data pustaka, penulis menemukan referensi skripsi terdahulu yang memiliki relevansi dengan aspek teoretis penelitian ini, yaitu bagaimana strategi manajemen radio tersebut dalam meningkatkan dan mempertahankan eksistensi suatu program, yakni:

1. Skripsi “Strategi Manajemen Media Radio PAS FM Solo dalam Meningkatkan Kinerja Kualitas Penyiar untuk Menjaga Eksistensi Radio”. Oleh Ivan Reza Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, yang ditulis pada tahun 2015. Skripsi ini membahas tentang bagaimana strategi

manajemen media radio Pas FM Solo dalam meningkatkan kinerja kualitas penyiar untuk menjaga eksistensi radio. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Pas Fm Solo dengan penyiar yaitu dengan mendekatkan diri dengan penyiar dan terus memberikan arahan tentang tehnik siaran secara rutin agar kualitas output dari penyiar tetap terjaga. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis deksriptif kualitatif.<sup>7</sup>

2. Skripsi “Strategi Sriwijaya Tv dalam mempertahankan eksistensinya sebagai Televisi Lokal”. Oleh Novia Azalea Wahyuni Mahasiswi Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, yang ditulis pada tahun 2018. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Sriwijaya TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal. Hasil penelitian menunjukkan strategi-strategi yang dilakukan Sriwijaya TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai TV lokal antara lain: Melakukan strategi program (melakukan perencanaan program, memanfaatkan sosial media dalam mempromosikan programnya, menempatkan jadwal program yang sesuai dengan kebiasaan penonton, serta melakukan pengawasan dan evaluasi program), Melakukan segmentasi, targeting dan positioning dalam merebut pasar audien (melakukan segmentasi, memilih target penonton, dan membangun persepsi penonton melalui tagline), Melakukan strategi pemasaran dalam memasarkan

---

<sup>7</sup> Ivan Reza. Strategi Manajemen Media Radio PAS FM Solo dalam Meningkatkan Kinerja Kualitas Penyiar untuk Menjaga Eksistensi Radio. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2015.

programnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis deksriptif kualitatif.<sup>8</sup>

3. Skripsi “Manajemen Produksi Siaran di Radio CBS 101 FM Dalam Mempertahankan Program Harmony Indonesia”. Oleh Yuli Astuti Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekan baru, yang ditulis pada tahun 2014. Skripsi ini membahas tentang bagaimana manajemen produksi siaran di Radio CBS 101 FM mempertahankan program Harmony Indonesia. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa Radio CBS 101 FM telah berhasil mempertahankan eksistensi program siaran Harmony Indonesia. Ini dikarenakan konten dan manajemen waktu siaran yang tepat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen produksi siaran di Radio CBS 101 FM dalam mempertahankan program Harmony Indonesia sudah berjalan dengan baik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis deksriptif kualitatif.<sup>9</sup>

**Tabel Perbandingan Penelitian Relevan Terdahulu**

No	Nama Peneliti, Judul Skripsi dan Tahun	Perbedaan Penelitian		Persamaan peneliti
		Peneliti terdahulu	Penelitian peneliti	
1.	<b>Ivan Reza</b> Strategi Manajemen Media	Fokus Penelitian terdapat pada Strategi	Fokus penelitian	Fokus penelitian

<sup>8</sup> Novia Azalea Wahyuni. Strategi Sriwijaya Tv dalam mempertahankan eksistensinya sebagai Televisi Lokal. Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.2018.

<sup>9</sup> Yuli Astuti. Manajemen Produksi Siaran di Radio CBS 101 FM Dalam Mempertahankan Program Harmony Indonesia. Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekan baru. 2014

	Radio PAS FM Solo dalam Meningkatkan Kinerja Kualitas Penyiar untuk Menjaga Eksistensi Radio.	manajemen media radio untuk meningkatkan kinerja kualitas penyiar untuk menjaga eksistensi radio	terdapat pada strategi manajemen Radio untuk mempertahankan eksistensi program siaran	terdapat pada strategi manajemen untuk mempertahankan eksistensi
2.	<b>Novia Azalea Wahyuni</b> Strategi Sriwijaya Tv dalam mempertahankan eksistensinya sebagai Televisi Lokal	Obyek Penelitian berfokus kepada Media Massa (Televisi)	Obyek Penelitian berfokus kepada Media Massa (Radio)	Objek penelitian sama-sama berfokus keada media massa elektronik
3.	<b>Yuli Astuti</b> Manajemen Produksi Siaran Di Radio CBS 101 FM Dalam Mempertahankan Program Harmony Indonesia.	<b>Penulis</b> Menedepankan penelitian pada segmen-segmen program Harmony Indonesia	Penulis menedepankan penelitian pada segmen-segmen Program “Pesona K-Pop”	Penulis memfokuskan pada program tertentu yang akan diteliti, sehingga ruang lingkup penelitian lebih terarah

**Sumber: Olahan data Penulis Tahun 2019**



## **E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berorientasi dari rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan bertujuan untuk:

- a. Mengetahui strategi manajemen radio Telstar Makassar dalam mempertahankan program pesona K-Pop.
- b. Mengetahui Faktor Pendukung dan Penghambat radio Telstar Makassar dalam mempertahankan program pesona K-Pop.

### **2. Kegunaan Penelitian**

Penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan akan menghasilkan kegunaan sebagai berikut:

#### **a. Secara teoretis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam pengembangan ilmu komunikasi dan dapat menambah keilmuan dibidang strategi manajemen radio.

#### **b. Secara Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan referensi bagi pengelola industri media massa di tanah air, khususnya di kota Makassar.

## BAB II

### TINJAUAN TEORETIS

#### **A. Tinjauan Umum tentang Komunikasi Massa**

##### **1. Komunikasi Massa**

##### **a. Pengertian Komunikasi Massa**

Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa Latin *communication*, dan berasal dari *communis* yang berarti sama. Jadi komunikasi berlangsung jika antara orang yang terlibat komunikasi terjadi kesamaan mengenai sesuatu yang dikomunikasikan.<sup>10</sup> Secara terminologis, Onong Uchjana memberikan pengertian komunikasi sebagai proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Sedangkan Everett M. Rogers mengatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.<sup>11</sup>

Setelah memahami yang dimaksud dengan komunikasi, selanjutnya dihubungkan dengan massa. Massa adalah terjemahan dari *mass* (Inggris), yang berarti kumpulan dari individu atau sejumlah khalayak luas, namun tidak bisa dipastikan jumlahnya.

Komunikasi massa menurut Bittner adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is message*

---

<sup>10</sup> Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Cet. V; Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002), h.3.

<sup>11</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1998), h. 18

*communicated through a mass medium to a large number of people* ).<sup>12</sup> Dan Menurut Gerbner dalam psikologi komunikasi, Jalaluddin Rakhmat mengungkapkan media massa adalah: “*Mass Communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*” (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas di miliki orang dalam masyarakat industry). Sedangkan Maletzke, dalam buku Psikologi Komunikasi, Jalaluddin Rakhmat menyebutkan komunikasi massa kita artikan setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar.<sup>13</sup>

Pengertian diatas menunjukkan bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang banyak, atau biasa disebut massa. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain media massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu massa disini menunjuk pada khalayak, audience, penonton, pemirsa, atau pembaca.<sup>14</sup>

Dari definisi tersebut diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar dilapangan luas yang dihadiri oleh ribuan,

---

<sup>12</sup> Elvinaro Andranto, Lukiati Komala dan Siti Karlinah, Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Bandung: Refika Offset, 2007), hlm.3

<sup>13</sup> Jalaluddin Rachmat. Psikologi Komunikasi. Remaja Rosda Karya. 2005 h. 188

<sup>14</sup> Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa (DKI Jakarta) 2004, h.2

bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.

#### **b. Karakteristik Komunikasi Massa**

Dalam komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus atau karakteristik yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Karakteristik komunikasi massa tersebut adalah sebagai berikut<sup>15</sup>:

- 1) Komunikasi massa berlangsung satu arah. Artinya komunikasi dengan menggunakan media massa berlaku dalam satu arah (*One way communication*). Dimana semua media massa tadi dilancarkan oleh sumbernya kepada khalayak ramai tanpa direspon pada waktu bersamaan, dengan kata lain tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator.
- 2) Komunikator pada komunikasi massa melembaga. Artinya media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yaitu suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya melembaga.
- 3) Pesan pada komunikasi massa bersifat umum. Artinya pesan yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Apabila dipergunakan untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi tertutup, tidak dapat dikatakan komunikasi massa. Media massa tidak akan menyiarkan informasi yang bersifat khusus seperti pesan yang hanya diperuntukkan untuk seseorang atau kelompok tertentu.
- 4) Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan Artinya yang dimaksud keserempakan adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk satu dengan yang lainnya

---

<sup>15</sup> Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: PT. Remaja Rosda karya, 1990), h.21-25.

berada dalam keadaan terpisah. Secara lebih sederhana, berarti informasi diterima secara serentak.

5. Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen Artinya massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heterogen yang meliputi penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, dengan kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai jenis masyarakat

### **c. Efek Komunikasi Massa**

Komunikasi mempunyai efek tertentu menurut Liliweri, secara umum terdapat tiga efek komunikasi massa<sup>16</sup>, yaitu:

- 1) Efek kognitif, dimana pesan komunikasi massa mengakibatkan khalayak berubah dalam hal pengetahuan, pandangan, dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
- 2) Efek afektif, dimana pesan komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari khalayak. Orang dapat menjadi lebih marah dan berkurang rasa tidak senangnya terhadap suatu akibat membaca surat kabar, mendengarkan radio atau menonton televisi. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai.
- 3) Efek konatif, dimana pesan komunikasi massa mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diminati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku

---

<sup>16</sup>Liliweri, *Wacana Komunikasi Organisasi*. Mandar Maju: Bandung, 2004. h. 39

## **2. Media Massa**

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.

Dalam Kamus Jurnalistik, menurut Asep Syamsul M. Romli yaitu media massa sebagai “saluran, sarana, atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa, yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (*channel of mass communication*)”.<sup>17</sup>

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.<sup>18</sup> Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media on-line (internet). Kelima jenis media massa itu dalam literatur lama dikenal dengan sebutan *The Big Five of Mass Media* (Lima Besar Media Massa).

## **3. Radio Sebagai Media Massa**

### **a. Sejarah Perkembangan Radio**

Radio adalah media elektronik yang bersifat auditif yang dikonsumsi melalui pendengaran. Pengertian radio adalah alat komunikasi yang menggunakan gelombang elektromagnetik yang disebarkan melalui ruang pada kecepatan cahaya. Gelombang

---

<sup>17</sup> Syamsul M. Romli Asep, Kamus Jurnalistik, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010).

<sup>18</sup> Hafied, Pengantar Ilmu Komunikasi (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003), h. 134

elektromagnetik yang digunakan dalam komunikasi radio ini persis dengan cahaya dan gelombang panas, tetapi frekuensinya lebih rendah.<sup>19</sup>

Radio merupakan sebuah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara disiarkan secara serempak melalui gelombang radio di udara. Radio adalah suara, suara adalah modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikoneksikan kepadanya oleh khalayak.<sup>20</sup>

Radio ditemukan oleh Marche Guglielmo Marconi tahun 1894 yang pada awalnya hanya dapat membunyikan bel dalam jarak sekitar sepuluh meter. Sejalan dengan itu perkembangan radio sebagai media komunikasi terus mengalami perkembangan hingga diliputi dengan meningkatnya pendirian stasiun radio. Perkembangan radio pun terus menerus terjadi sampai pada tahun 1930-an, dimana pada saat itu Edwin Howard Amstrong berhasil mengembangkan pesawat penerima radio yang menggunakan frekuensi modulasi (FM) menjadi dasar bagi pesawat radio modern saat ini. Radio FM memiliki kualitas suara lebih bagus, jernih dan bebas dari gangguan siaran.<sup>21</sup>

#### **b. Pengertian Radio**

Menurut Wahyudi, Radio adalah pemancar gelombang elektro magnetik yang membawa muatan sinyal suara, yang terbentuk melalui *microphone*, kemudian pancaran ini diterima oleh sistem antena untuk diteruskan ke pesawat penerima dan sinyal radio itu diubah menjadi suara atau audio di dalam *loudspeaker*.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> A. Ius Y. Triartanto, *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*, Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2010)h.30.

<sup>20</sup> Madsuki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: PT. LkiS, 2005), h.16.

<sup>21</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), h.4.

<sup>22</sup> Budi Bahraeshy. Pertanggungjawaban Pidana Bagi Pelaku Penggunaan Frekuensi Radio Tanpa Izin Berdasarkan Undang-Undang Tentang Telekomunikasi. **Jurnal Penelitian Hukum DE JURE**, ISSN 1410-5632 Vol. 16 No. 3, 2016. h : 266

Asep Syamsul M. Romli dalam *Broadcast Journalis* menerangkan mengenai radio siaran, bahwa :

“Radio, tepatnya radio siaran (broadcasting radio) merupakan salah satu jenis media massa (*mass media*), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*), seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio adalah Auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran.”<sup>23</sup>

Jadi, dapat disimpulkan bahwa radio dalam konteks komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang memanfaatkan gelombang elektromagnetis yang dikeluarkan pemancar melalui udara dan diterima oleh antena untuk diubah kedalam bentuk Suara. Radio adalah media auditif yang murah, merakyat, bisa dibawa atau didengarkan dimana-mana dan mempunyai daya jangkauan yang luas. Radio memiliki kemampuan menyajikan berita secara cepat dan instan (langsung).

Sebagai media massa radio memiliki cara tersendiri, yakni apa yang disebut broadcast style atau gaya radio siaran. Gaya radio siaran ini disebabkan oleh sifat radio. Ini dijelaskan oleh Ardianto dalam buku *Komunikasi Massa* yang mencakup sebagai berikut.<sup>24</sup>

- a. Auditori, Sifat auditori itu sebagai konsekuensi dari radio siaran untuk didengar. Karena kemampuannya mendengar manusia itu terbatas, maka pesan komunikasi melalui radio siaran diterima dengan selintas.
- b. *Radio is the now*, Ditinjau dari nilai aktualitas berita, mestinya radio siaran dibandingkan dengan media massa lainnya adalah yang paling aktual. Selain hitungan waktunya dalam detik, proses penyampaian pesannya lebih simpel. Radio siaran juga seringkali melakukan liputan langsung dari tempat kejadian.

---

<sup>23</sup> Asep Syamsul M. Ramli, *Broadcast Jurnalisme* (Cat. I; Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), h.19

<sup>24</sup> Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa*. Suatu Pengantar. Simbiosis Rekatama. Media: Bandung. Baksin, Askurifai. 2009. h, 131-134.



- c. Imajinatif, Karena hanya indra pendengaran yang digunakan oleh khalayak dan pesannya pun selintas, maka radio siaran dapat mengajak komunikannya untuk berimajinasi. Dengankata lain, pendengar radio siaran bersifat imajinatif.
- d. Akrab, Sifat radio siaran yang lainnya adalah akrab atau intim.
- e. Gaya Percakapan “*keep it simple, keep it short, keep it conversational*”
- f. Menjaga Mobilitas, Pada umumnya mendengarkan radio sambil melakukan aktivitas lain, seperti: mengendarai mobil, menyetrika baju, makan, menulis, bahkan berbicara dengan orang lain. Mobilitas pendengar terjaga, karena pendengar tidak meninggalkan pekerjaan ketika mendengarkan radio.

Radio sebagai salah satu media komunikasi massa yang mengandalkan audio (suara) dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi dan radio memiliki karakteristik yang berbeda dari media massa lainnya. Berdasarkan penjelasan di atas radio merupakan media massa yang mengtransmisikan pesannya hanya melalui suara, dimana pendistribusian pesannya yang sangat aktual, dibandingkan televisi dan majalah. Serta waktu yang dibutuhkan dalam penyebaran informasi melalui radio terhitung cepat, sehingga menyebabkan radio menjadi media massa yang efisien

### c. Karakteristik Radio

Radio memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa lainnya yaitu:

- 1) Radio adalah suara (*audiotori*) untuk mendengar karena isi siaran bersifat sepintas lalu dan tidak bisa diulang.
- 2) Proses penyebarluasan atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi).
- 3) Mengandung gangguan seperti timbul tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis (*channel noise factor*).

- 4) *Theather of mind*, radio menciptakan gambar dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Pendengar hanya bisa mebayangkan dalam imajinasi apa yang dikemukakan oleh penyiar.
- 5) Identik dengan musik, radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Dalam hal ini musik radio memiliki daya kejutan seketika karena pendengar biasanya tidak tahu lagu apa yang disajikan berbeda dengan memutar kaset yang sudah bisa ditebak urutan lagunya.<sup>25</sup>

#### **d. Kelebihan dan Kelemahan Radio**

- 1) Kelebihan Radio
  - a) Langsung, radio adalah satu-satunya media yang memiliki kemampuan menyampaikan isi kandungan program secara langsung. Begitu suara dipancarkan, telinga pendengar langsung menangkap dan mencernanya meski sambil mengerjakan aktivitas apapun.
  - b) Cepat, dari segi penyampaian pesan, radio memiliki kecepatan yang sulit ditandingi oleh media lain. Suatu peristiwa yang terjadi bisa dengan cepat disiarkan oleh stasiun radio.
  - c) Menciptakan gambar dalam ruang imajenasi pendengar, dengan keunggulan suara radio memberi pendengar kebebasan berimajinasi. Radio satu-satunya media komunikasi modern yang memiliki kemampuan istimewa dalam menciptakan gambar atau rekaan di ruang imajinasi pendengarnya, dengan keunggulan semua kalangan bisa mendengarkannya.

---

<sup>25</sup> Asep Syamsul M. Ramli, *Broadcast Jurnalisme* (Cat. I; Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 22.

- d) Tanpa batas, radio tidak dibatasi oleh batas geografis maupun demografis. Hanya orang tuna rungu saja yang bisa dinikmati pendengar diluar jangkauan frekuensi atau radius yang dimilikinya.
- e) Tidak banyak pernik, jika dibandingkan media lain, pada peliputan berita radio cukup satu orang dengan membawa kelengkapan berupa *microphone* dan sebuah *handphone* untuk melaporkan sesuatu secara langsung.
- f) Hangat dan dekat, kendati tidak berhadapa langsung dengan pendengar dan terpisah jarak begitu jauh namun kedekatan dengan penyiar radio bisa terjalin dengan akrab.
- g) Memberi manfaat bagi individu dan masyarakat, dengan karakternya yang intim dan hangat, radio memiliki kemampuan untuk cepat diakrab pi oleh khalayak pendengar yang bisa sebagai tempat mencari informasi.
- h) Mendidik, radio sangat efektif dipakai sebagai media pendidikan. Apalagi jika jangkauannya luas dan sebagian besar pendengar yang bermukim diwilayah pinggiran yang mungkin belum memiliki sarana pendidikan yang bisa dikemas dengan menarik dan mudah disimak pendengarnya

## 2) Kelemahan Radio

- a) Durasi program terbatas.

Radio siaran dalam setiap programnya dibatasi durasi waktu, setiap program memiliki rentang waktunya masing-masing. Biasanya, maksimal durasi waktu program selama 240 menit atau 4 jam yang terbagi-bagi dalam segmen acara.

- b) Sekilas dengar.

Sifat radio adalah *audiotori*, untuk didengar. Isi pesan atau informasi radio siaran gampang lenyap dari ingatan pendengar, untuk itu pendengar tidak bisa

meminta mengulang informasi atau lagu yang sudah disiarkan. Artinya sifatnya sekilas pesan yang disampaikan tidak rinci dan detail.

c) Mengandung gangguan.

Radio siaran sebagai media massa juga tidak lepas dari gangguan yang sifatnya teknis, karena kekuatan radio siaran adalah bunyi atau suara, maka unsur ini pula yang bisa menjadi kelemahan karena adanya gangguan sinyal, suara terdengar menghilang atau terdapat *noise*.

d) Non Visual.

Radio tidak dapat memperlihatkan visualisasi tentang situasi dalam radio, sosok penyiar maupun narasumber yang akan *on-air* di radio, berbeda sekali dengan televisi yang mempunyai visualisasi dan *audio*.

#### 4. Program Radio

Saat ini banyak sekali berdiri stasiun radio dengan berbagai macam program pilihan yang disuguhkan. Program acara antara lain program hiburan, musik, maupun berbagai informasi berita dan iklan komersil. Sehingga bagi seluruh lapisan masyarakat dapat menikmati hiburan dan memperoleh banyak informasi dengan cepat, akurat dan mudah, tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Sehingga proses komunikasi antara radio dengan pendengar dapat dengan mudah dilakukan.

Kata “program” sendiri berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-Undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia daripada kata “siaran” untuk mengacu kepada pengertian acara. Program

adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya, dengan demikian program memiliki pengertian yang sangat luas.<sup>26</sup>

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan, sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan atau dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran. Masing-masing program siaran ini menempati *slot* waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya, jenis hiburan, informasi iptek dan berita. *Slot* waktu masing-masing program ini dirancang sesuai dengan tema program tersebut, sehingga menjadi satu jadwal siaran tiap harinya<sup>27</sup>

Program atau acara yang disiarkan adalah hal-hal yang membuat audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang disajikan oleh media penyiaran radio. Ruang lingkup format siaran tidak saja menentukan bagaimana mengelola program siaran, tetapi juga bagaimana memasarkan program siaran itu. Setiap stasiun radio sangat penting untuk menentukan format siaran sebelum memulai kegiatan penyiaran. Proses penentuan format dimulai dari penentuan visi dan misi yang ingin dicapai, pemahaman tentang pendengar yang dituju melalui riset ilmiah untuk mengetahui apa kebutuhan dan bagaimana perilaku sosiologis psikologis audiens. Dari sini ditentukan format siaran apa yang relevan beserta implementasinya pada wilayah program dan pemasaran.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> Morissan. *Manajemen Media Penyiaran :Strategi Mengelola Radio & Televisi*. (Cet. 1: Jakarta: PT Kencana, 2008). h, 109.

<sup>27</sup> Andi Fachruddin. *Dasar-dasar penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. (Cet.2; Jakarta: PT. Kencana Prenadamedia Group, 2013), h.150.

<sup>28</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2008), h. 230

Umumnya, program radio terdiri dari acara pemutaran lagu (*music program*), obrolan atau bincang-bincang (*talkshow*), dan program berita (*news program*).

Menurut Morissan dalam bukunya Manajemen Media Penyiaran menjelaskan mengenai beberapa jenis program yang terdapat dalam radio<sup>29</sup> yang meliputi:

a. Berita Radio

Berita radio merupakan laporan atas suatu peristiwa atau pendapat yang penting atau menarik. Format penyajian berita terdiri atas:

- 1) Siaran Langsung (*live report*), yaitu reporter mendapatkan fakta atau peristiwa dari lapangan dan pada saat bersamaan melaporkannya dari lokasi.
- 2) Siaran Tunda, yaitu reporter mendapatkan fakta dari lapangan, kemudian kembali ke studio untuk mengolahnya terlebih dahulu sebelum disiarkan.

b. Perbincangan Radio

Perbincangan radio adalah kombinasi antara seni berbicara dan seni wawancara. Bentuk perbincangan meliputi:

- 1) *One-on-one-show*, yaitu bentuk perbincangan saat penyiar dan narasumber mendiskusikan suatu topik dengan dua posisi mikrofon terpisah di ruang studio yang sama.
- 2) *Panel discussion*, pewawancara sebagai moderator hadir bersama sejumlah narasumber.
- 3) *Call in show*, program perbincangan yang hanya melibatkan telepon dari pendengar.

---

<sup>29</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, h. 235-239

### c. *Infotainment Radio*

*Infotainment Radio* merupakan suatu kombinasi sajian siaran informasi dan hiburan atau sajian informasi yang bersifat menghibur. Bentuk infotainment yang populer, meliputi:

- 1) *Info-entertainment*, yaitu penyampaian informasi dari dunia hiburan dengan diselingi pemutaran lagu.
- 2) *Infotainment*, yaitu penyampaian informasi, promosi, dan sejenisnya dari dunia hiburan yang topiknya menyatu atau senada dengan lagu-lagu yang diputar.
- 3) *Information and entertainment*, yaitu sajian informasi khususnya berisi berita-berita aktual dilengkapi perbincangan yang tidak selalu dari khazanah dunia hiburan, diselingi pemutaran lagu, iklan, dan sebagainya.

### d. *Jinggel Radio*

Jinggel Radio merupakan gabungan musik dan kata yang mengidentifikasi keberadaan sebuah stasiun radio. Jinggel sendiri terdiri dari tiga jenis yaitu jinggel untuk stasiun radio (*radio expose*), jinggel untuk acara radio (*programme expose*) dan jinggel untuk penyiar radio (*Announcer expose*).

Program radio atau perencanaan siaran radio merupakan pengaturan penyajian program-program yang ada di radio. Pada umumnya, pihak programming mengatur jadwal penyajian suatu program di radio berdasarkan kecenderungan mendengarkan program tersebut.

Setiap program harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu. Sehingga makin banyaknya stasiun penyiaran dan makin tersegmennya audiens. Adapun format siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan

bagaimana proses pengolahan suatu siaran hingga dapat diterima audiens. Ruang lingkup format siaran tidak saja menentukan bagaimana mengelola program siaran (*programming*) tetapi juga bagaimana memasarkan program siaran itu (*marketing*).<sup>30</sup>

## **5. Adapun proses produksi dalam penyiaran program Radio meliputi:**

### *a. Pra Produksi*

Pada tahapan ini merupakan proses awal dari seluruh kegiatan produksi siaran, karena itu tahapan ini merupakan *planning production*. Bermula dari timbulnya ide atau gagasan, dan berpijak dari ide atau gagasan produser mulai melakukan berbagai kegiatan untuk mengumpulkan berbagai data yang diperlukan untuk bahan pengembangan ide atau gagasan tersebut.

Tahap-tahap dalam pra produksi ini adalah sebagai berikut.

#### 1) Penemuan ide

Semua acara penemuan siaran radio dan televisi baik dari bentuk yang paling sederhana, pasti didahului oleh timbulnya sebuah ide. Ide tersebut merupakan buah pikiran setelah mendapatkan rangsangan dari masyarakat dan timbulnya dapat dari seorang produser, atau orang lain. Sesuai dengan teori komunikasi, ide merupakan rencana pesan yang akan disampaikan kepada komunikan, melalui medium radio atau televisi dengan tujuan tertentu. Karena itu, sewaktu menuangkan idenya dalam bentuk naskah program siaran, produser harus memperhatikan faktor pendengarnya atau *audiens*, agar apa yang disajikan dapat memenuhi harapan mereka.

#### 2) Perencanaan

Tahap ini meliputi penetapan jangka waktu kerja, penyempurnaan naskah pemilihan artis atau narasumber, lokasi dan crew, selain estimasi biaya, penyediaan

---

<sup>30</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2008, hlm 230



biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat dan secara hati-hati dan teliti. Dalam perencanaan ini sudah terjadi proses intraksi antara kreativitas manusia dan peralatan pendukung yang dimilikinya. Proses intraksi ini akan lebih nyata lagi pada waktu produksi di lapangan dan pasca produksi

### 3) Persiapan

Tahapan ini merupakan semua kontak, perizinan dan surat menyurat, latihan para narasumber dan pembuatan setting, meliputi dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua itu paling baik dilaksanakan menurut jangka waktu kerja yang sudah ditetapkan.

Kunci keberhasilan produksi televisi dan radio sangat ditentukan oleh keberhasilan tahap perencanaan dan persiapan itu. Setiap stasiun radio, khususnya dibagian produksi siaran, sangat membutuhkan para kreator atau orang-orang kreatif sekaligus inovatif dalam mengemas produksi program yang hendak disiarkannya. Hal ini disebabkan dari sifat atau perilaku pendengar radio yang kerap berubah sesuai selera didalam perkembangan setiap zamannya. Sehingga hal demikian, mau tidak mau, penyajian program radio siaran menuntut perlu adanya sesuatu yang isinya baru/aktual, orisinal, unik, dinamis, menghibur, informatif, edukatif, trendi, serta komunikatif. Semua program tersebut setidaknya harus unik, khas, orisinal, inovatif dan juga menghibur. Untuk itu para awak produksi dituntut untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam menyajikan programnya.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> A. Ius Y. Trianto, *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*, Yogyakarta:PustakaBook Publisher, 2010. h.75

### *b. Produksi*

Tahap produksi merupakan tahap pembuatan dan penyiaran *live*.. Pada umumnya stasiun radio memproduksi sendiri program siarannya. Hal ini menyebabkan stasiun radio hampir tidak pernah melibatkan pihak-pihak luar dalam proses produksinya. Memproduksi program radio memerlukan kemampuan dan keterampilan sehingga menghasilkan produksi program yang menarik didengar. Program radio sebenarnya tidak terlalu banyak jenisnya, secara umum program radio terdiri atas dua jenis, yaitu musik dan informasi/Berita. Kedua jenis program ini kemudian dikemas dalam berbagai bentuk yang pada intinya harus bisa memenuhi kebutuhan audiens dalam hal musik dan informasi.

### *c. Pasca Produksi/Evaluasi*

Tahap akhir adalah pasca produksi, dimasukkan sebagai tahap penyelesaian akhir atau penyempurnaan dari produksi. Pada tahapan pasca produksi harus dikerjakan seteliti mungkin, sebab sudah kita maklumi bahwa radio sebagai media massa elektronik yang pengaruhnya sangat besar. Karena itulah memproduksi acara siaran dituntut untuk bekerja lebih cermat, agar hal-hal yang tidak diinginkan terjadi, tidak terjadi. Evaluasi disini mempunyai dua maksud. Maksud yang pertama, ialah evaluasi program yang bertujuan untuk menilai seberapa jauh program-program ini bisa dianggap baik menurut sasaran. Yang kedua evaluasi intruksional. Disini dibicarakan mengenai kemampuan dan kelemahan program, tetapi yang diutamakan adalah *audiens* dalam memahami isi program intruksional yang diselenggarakan.

## B. Strategi Manajemen Radio

### 1. Strategi

Kata strategi berasal dari kata kerja bahasa Yunani “*stratego*” yang berarti merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber yang efektif.<sup>32</sup> Strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi yakni pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi organisasi.<sup>33</sup>

Definisi strategi dalam kamus Bahasa Indonesia diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi pada hakekatnya yaitu perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana teknik operasionalnya.<sup>34</sup>

Sedangkan kata strategi dalam manajemen sebuah organisasi diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategi organisasi.<sup>35</sup> Maka dari itu diperlukan strategi yang baik dalam pengelolaan manajemen sebuah organisasi/lembaga. Tentunya sebuah lembaga radio juga harus mempunyai strategi-strategi manajemen yang baik/kreatif untuk meningkatkan dan mempertahankan eksistensi suatu program radio.

### 2. Manajemen

---

<sup>32</sup> Azhar Arsyad, Pokok-Pokok Manajemen (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h. 25.

<sup>33</sup> Jude Kaye, Perencanaan Strategis bagi Organisasi Nirlaba (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), h. 3.

<sup>34</sup> Arini Rosdiana, *Skripsi Strategi Komunikasi Marketing Radio Dakta 107 FM dalam Meningkatkan Eksistensi di Kalangan Pendengar*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011, h. 11.

<sup>35</sup> H. Hadari Nawawi, *Manajemen Strategik*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005), h. 147

### a. Pengertian Manajemen

Menurut George R. Terry, manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan pengorganisasian, pengarahan/penggerakkan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.<sup>36</sup>

Manajemen sendiri memiliki arti suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi melalui pihak-pihak lain. Sederhananya manajemen merupakan seni dalam menyelesaikan sesuatu melalui orang lain seperti kegiatan produksi, pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, hingga pengelolaan keuangan.<sup>37</sup>

Dalam hal ini peran dari manajemen radio merupakan seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu manajemen radio merupakan pelaksanaan dan perencanaan kegiatan guna mencapai tujuan bersama.

Menurut George R. Terry yang mengatakan bahwa prinsip-prinsip manajemen terdiri dari *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Perorganisasian), *Actuating* (Penggerakan), *Controlling* (Pengawasan) yang dikenal dengan teori-teori manajemen POAC, yaitu:

---

<sup>36</sup> Djuroto Totok. *Manajemen Pemberitaan Pers*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2004), h. 23.

<sup>37</sup> Saefullah, Kurniawan & Erni Tisnawati Sule, *Pengantar Manajemen* (Cet III; Jakarta: Kencana, 2008), h. 5.

### 1) *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan merupakan unsur yang sangat penting dan merupakan fungsi fundamental manajemen, karena *organizing*, *actuating* dan *controlling* harus terlebih dahulu direncanakan.

Menurut George R. Terry,

“perencanaan merupakan kegiatan memilih dan menghubungkan fakta-fakta dan membuat, serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dalam hal memvisualisasi serta memutuskan aktifitas-aktifitas yang diusulkan yang dianggap perlu untuk mencapai hasil yang diinginkan”.<sup>38</sup>

Perencanaan harus mampu menetapkan prosedur-prosedur kegiatan-kegiatan yang diperlukan terlebih dahulu. Kegiatan perencanaan disini meliputi perencanaan siaran termasuk didalamnya perencanaan produksi dan pengadaan materi siaran, kemudian menyusun menjadi rangkaian mata acara sesuai dengan misi, fungsi, tugas dan tujuan yang hendak dicapai, juga pengadaan sarana dan prasarana serta administrasi.<sup>39</sup> Pada dasarnya setiap mata acara yang disajikan harus melalui proses perencanaan yang matang, karena perencanaan yang baik akan memperlancar proses produksi dan penyiarnya.

### 2) *Organizing* (Perorganisasian)

Proses penyiaran sebuah program radio merupakan serangkaian pekerjaan yang melibatkan banyak orang untuk menempati unit-unit tertentu, seperti kerja-kerja *managerial*, teknis, programan dan lain sebagainya. Selain itu penyiaran juga memerlukan alat-alat yang mendukung kelancaran prosesnya baik *software* (*kaset*, *CD*) ataupun *hardware* (*mixer*, *audio*, *processor*, *transmitter*, *antenna*, *mikrofon*,

---

<sup>38</sup> George R. Terry Alih Bahasa Oleh Winardi, Asas-Asas Manajemen, (Bandung: Alumni, 1996), h. 163.

<sup>39</sup> J.B Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, Utama 1994), h.70.

*handphone*). Oleh karena itu diperlukan perorganisasian yang baik terhadap orang-orang dan alat-alat tersebut agar proses penyiaran berjalan efektif.

Menurut George R. Terry:

“Perorganisasian adalah tindakan mengusahakan hubungan-hubungan kelakuan yang efektif antara orang-orang, sehingga mereka dapat bekerjasama secara efisien, dan dengan demikian memperoleh kepuasan pribadi dalam hal melaksanakan tugas-tugas tertentu dalam kondisi lingkungan tertentu guna mencapai tujuan atau sasaran tertentu”.

### 3) *Actuating* (Penggerakan)

Tahap manajemen penyiaran selanjutnya adalah penggerakan (*actuating*). Ini merupakan tahapan direalisasikannya perencanaan dan perorganisasian baik SDM maupun alat ke dalam serangkaian aktivitas yang nyata. Pada tahapan ini peran manajer sangat penting untuk dapat menggerakkan semua element-elemen yang ada sesuai dengan fungsi dan tugasnya.

Sebagaimana diungkapkan George R. Terry :

“Penggerakan adalah usaha untuk menggerakkan semua anggota kelompok agar mau bekerjasama dan bekerja secara ikhlas serta bergairah untuk mencapai sasaran-sasaran yang sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha perorganisasian”.<sup>40</sup>

Efektivitas mengudaranya sebuah program ditentukan oleh orientasi manajer yang memimpin, memotivasi, mengkoordinasi, serta adanya komunikasi pada staf-stafnya untuk bekerjasama dalam mencapai tujuan.

### 4) *Controlling* (Pengendalian)

Pengawasan perlu dilaksanakan, agar para pengikut dapat bekerjasama dengan baik kearah pencapaian sasaran-sasaran dan tujuan dari organisasi, salah satu aktivitas yang tidak boleh terlewatkan dari sebuah manajemen penyiaran adalah *controlling* (pengendalian).

---

<sup>40</sup> George R. Terry Alih Bahasa Oleh winardi, *Asas-Asas Manajemen*, h.313

Aktivitas ini juga dilakukan penilaian terhadap hasil-hasil produksi dibandingkan dengan *input* yang ada dan *output* yang dihasilkan. Dalam dunia penyiaran, ada dua langkah melakukan pengendalian yaitu sebelum materi disiarkan (*feedforward system*) dan setelah materi disiarkan (*feedback system*). *Feedforward system* digunakan untuk melakukan koreksi baik pada perencanaan maupun proses pelaksanaan sebelum program mengudara, sedangkan *feedback system* digunakan untuk lebih menyempurnakan langkah-langkah berikutnya agar siarannya dapat lebih baik dan kesalahan yang terjadi tidak terulang lagi.

Perkembangan radio saat ini bisa dilihat dari banyaknya program-program siaran yang menarik dan berkualitas sehingga dapat menarik pendengar. Diera globalisasi saat ini perkembangan radio sangat pesat dan minat pendengar radio saat ini semakin menurun hal ini dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin canggih seperti gadget dan media sosial lainnya yang membuat orang tidak tertarik mendengarkan radio. Hal ini harus dilihat oleh manajemen radio untuk membuat strategi program yang inovatif, unik, dan kreatif sehingga minat untuk mendengarkan radio lebih banyak peminatnya, program siaran radio yang menarik dapat membantu menjaga kualitas dari radio itu sendiri. Sehingga perlu dilakukan penelitian tentang bagaimana strategi manajemen program siaran radio dalam mempertahankan eksistensinya.

### **3. Tinjauan Manajemen dalam Perspektif Islam**

Manajemen dalam media massa memang menjadi tolak ukur dalam aktivitas media massa. Namun jika “sistem” yang digunakan dalam manajemen tersebut salah tentu implikasinya jelas akan terlihat tumpang tindih dan tidak ada keseimbangan. Islam menilai bahwa segala sesuatu itu memiliki batasan. Tidak ada kebebasan yang

sekehendak hati. Oleh karena itu Allah memberikan perintah dan larangan. Demikian pula manusia diberikan pilihan apakah beriman ataukah ingkar.

Keberadaan berbagai macam media massa saat ini membuat banyaknya berbagai informasi yang beredar di kalangan masyarakat, sehingga memunculkan persepsi yang berbeda-beda mengenai suatu isu atau pemberitaan tertentu.

Oleh karena itu, dalam menerima maupun menyampaikan kebenaran berita atau informasi haruslah benar.

Seperti ditegaskan dalam firman Allah swt Q.S Al-Hujurat/49 : 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ  
نَذِيرٌ ﴿٦﴾

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.<sup>41</sup>

Ayat di atas menggunakan kata *naba'*, yang digunakan dalam arti *berita* yang *penting*. Berbeda dengan kata *khbar* yang berarti kabar secara umum, baik penting maupun tidak. Dari sini terlihat perlunya memilih informasinya. Apakah itu penting atau tidak, dan memilah pula pembawa informasi apakah dapat dipercaya atau tidak. Orang beriman tidak dituntut untuk menyelidiki kebenaran informasi dari siapapun yang tidak penting bahkan didengarkan tidak wajar, karena jika demikian akan banyak energy dan waktu yang dihaburkan untuk hal-hal yang tidak penting.<sup>42</sup>

Ayat di atas merupakan salah satu dasar yang ditetapkan agama dalam kehidupan sosial sekaligus juga merupakan tuntunan yang sangat logis bagi

<sup>41</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Darus Sunnah, 2007),

<sup>42</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 228



penerimaan dan pengamalan suatu berita. Karena itu pula berita harus disaring, khawatir jangan sampai seseorang melangkah tidak dengan jelas.

Semua dasar dan tujuan manajemen harus terintegrasi, konsisten, dan saling menunjang satu dan lainnya. Untuk menjaga konsistensi kearah pencapaian tujuan manajemen, setiap usaha harus didahului oleh proses perencanaan yang baik. Allah berfirman dalam (Q.S. An-Nahl : 90)

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ۝ ﴾

Terjemahnya :

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran<sup>43</sup>.”

Berdasarkan tafsir Quraish Shihab mengatakan bahwa Allah memerintahkan para hamba-Nya untuk berlaku adil dalam setiap perkataan dan perbuatan. Allah menyuruh mereka untuk selalu berusaha menuju yang lebih baik dalam setiap usaha dan mengutamakan yang terbaik dari lainnya. Allah memerintahkan mereka untuk memberikan apa yang dibutuhkan oleh para kerabat sebagai cara untuk memperkokoh ikatan kasih sayang antar keluarga. Allah melarang mereka berbuat dosa, lebih-lebih dosa yang amat buruk dan segala perbuatan yang tidak dibenarkan oleh syariat dan akal sehat. Allah melarang mereka menyakiti orang lain. Dengan perintah dan larangan itu, Allah bermaksud membimbing kalian menuju kemaslahatan dalam setiap aspek kehidupan, agar kalian selalu ingat karunia-Nya dan menaati firman-firman-Nya.

---

<sup>43</sup> Quraish Shihab. Tafsir Qs An-Nahl :90 dalam, diakses dari <https://tafsirq.com/16-an-nahl/ayat-90#tafsir-quraish-shihab> pada tanggal 6 Oktober 2019.

Berdasarkan tafsir diatas dapat disimpulkan bahwa Allah memerintahkan hamba-Nya untuk berlaku adil pada setiap perkataan dan perbuatan. Begitupun dalam melakukan manajemen sebuah kegiatan maupun program, haruslah sesuai dengan aturan / tahap-tahap untuk memperoleh keberhasilan dalam sebuah program.

### **C. K-Pop**

#### **1. Sejarah Perkembangan K-Pop**

Sejarah perkembangan K-pop dalam kehidupan bermasyarakat tidak datang dengan sendirinya. Ada latar belakang dibalik fenomena K-pop yang cenderung terjadi pada remaja. Menurut Yuanita, K-pop pra-modern pertama kali muncul pada tahun 1990 akibat masuknya musik pop Jepang yang juga turut mempengaruhi unsur-unsur awal musik pop di Korea. Pada tahun 1960 pengaruh musik yang diadakan oleh pangkalan militer Amerika Serikat di Korea Selatan. Tahun 1992 menandakan awal mula datangnya musik K-pop modern, yang memberikan warna baru dengan aliran musik rap, rock, dan techno Amerika. Trenmusik K-pop tahun 1992 banyak menghasilkan grup musik dan musisi yang berkualitas. Sasaran audiencenya adalah remaja. Pada tahun 2000 artis K-pop pendatang baru mulai bermunculan, dari boyband sampai girlband, yang menjadi daya tarik K-pop adalah lagu-lagu yang bagus, para penari, dan efek panggung yang membuat hati penonton terpesona.<sup>44</sup>

#### **2. Pengertian K-Pop**

Pengertian K-pop Menurut Yuanita dalam bukunya Korean Wave dari K-pop hingga tampil gaya ala Korea<sup>45</sup>, K-pop adalah kepanjangan dari Korean pop(musik pop Korea) yang artinya musik Korea populer yang berasal dari Korea Selatan.K-pop

---

<sup>44</sup> Yuanita, Sari. Korean Wave Dari K-pop Hingga Tampil Gaya Ala Korea. Yogyakarta: Ideaterra Media Pustaka, 2012. h. 12

<sup>45</sup> Yuanita, Sari. Korean Wave Dari K-pop Hingga Tampil Gaya Ala Korea, h.11.

berciri khas lagu-lagu ceria dengan tempo cepat dan lirik bahasa Korea dicampur sedikit bahasa Inggris dengan diiringi modern dance.

K-pop (dalam bahasa Korea 가요, Gayo) singkatan dari Korean Pop atau Korean Popular Music adalah sebuah genre musik terdiri dari *pop, dance, electropop, hip hop, rock, R&B dan electronic music* yang berasal dari Korea Selatan. Banyak orang menyebut serbuan Kpop sebagai hallyu (한류) atau gelombang Korea (Korean Wave). Gelombang ini awalnya dipicu keranjingan orang terhadap drama romantis Asia, termasuk drama Korea. Berdasarkan hal tersebut, anak muda Asia kemudian mengenal Kpop dan menggilainya. Selain itu Kpop tidak hanya memanjakan telinga dan mata, tetapi juga menancapkan imajinasi tentang selebriti Korea yang memiliki wajah rupawan. Hal tersebut membuat banyak orang, khususnya remaja, menyukai dan menggandrungi mereka. Tidak heran, kini banyak anak muda yang menggemari K-pop. K-pop atau Korean pop menjadi jenis musik yang sangat fenomenal saat ini. Jenis musik K-pop telah membius jutaan remaja Asia untuk setia menjadi penggemar K-pop. Sangat wajar jika K-pop menjadi begitu istimewa di hati penggemarnya, hal ini karena artis K-pop tidak hanya mengedepankan tampilan luar saja, tetapi juga sangat memperhatikan kualitas vokal, dan kekompakan dalam menari.

Salah satu program radio pada Radio Telstar yaitu Program Pesona K-Pop . Adapun konten pada program Pesona K-Pop yaitu pemutaran lagu-lagu Korea yang dapat di *request* pendengar melalui Sms, *WhatsApp*, ataupun melalui media sosial Radio Telstar yaitu *Facebook, Twitter, Line, Instagram*. Acara ini juga dilengkapi informasi yang menarik seputar selebriti dan budaya Korea yang menjadikan program ini disukai dan masih eksis hingga saat ini.

### **BAB III**

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### ***A. Jenis dan Lokasi Penelitian***

#### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah. Penelitian kualitatif berakar pada latar alamiah sebagai keutuhan manusia serta alat penelitian yang memanfaatkan metode kualitatif, mengandalkan analisis dan induktif. Selain itu, penelitian jenis ini juga mengarahkan sasaran penelitiannya pada usaha menemukan dasar teori, bersifat deskriptif dengan mementingkan proses dari pada hasil, membatasi studi dengan fokus memiliki seperangkat kriteria untuk memeriksa keabsahan data.<sup>46</sup>

#### **2. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di kantor PT Radio Telstar di Jl. Ali Malaka No.26, Maluku, Kec. Ujung Pandang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90111. Adapun waktu penelitian yang digunakan berkisar 1 bulan saja.

### ***B. Pendekatan Penelitian***

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan komunikasi, yaitu secara langsung mendapat informasi dari informan. Sedangkan pendekatan keilmuan yang digunakan adalah ilmu komunikasi yang lebih mengarah ke Komunikasi Massa.

---

<sup>46</sup> Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet, XXV; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya: 2008), h. 8-13.

### C. *Sumber Data*

Dalam penelitian ini ada banyak sumber data yang bisa digunakan, namun tidak semua dapat difokuskan sebagai sumber data, adapun sumber data dikelompokkan atas dua bagian, sebagai berikut:

#### 1. Sumber Data Primer

Data primer adalah semua data yang diperoleh langsung di lokasi penelitian berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan demikian, data dan informasi yang diperoleh adalah data yang validasinya dapat dipertanggungjawabkan. Penelitian ini tidak menggunakan populasi namun demikian penulis menggunakan istilah *social simulation* atau situasi sosial sebagai objek penelitian yang terdiri dari 3 elemen, yaitu tempat (*place*), pelaku (*actor*) dan aktifitas (*activity*), yang berinteraksi secara strategi.<sup>47</sup> Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu data yang dapat menggambarkan secara jelas dan informasi langsung terjun ke lapangan dengan teknik wawancara dan observasi langsung terkait dengan judul skripsi.

Data primer yang dapat digunakan dalam penelitian ini terdiri dari empat elemen yaitu: tempat yakni Radio Telstar, *Operational Manager*, Program Koordinator, Penyiar program pesona K-Pop serta pendengar Telstar.

#### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data pelengkap atau data tambahan yang melengkapi data yang sudah ada sebelumnya agar dapat membuat pembaca semakin paham akan maksud penulis, seperti sumber referensi dari buku-buku dan situs internet yang terkait dengan judul skripsi. Fungsi data yang berasal dari dokumentasi

---

<sup>47</sup> Sugiono, *Metodologi Penelitian Pendidikan; Pendidikan Kualitatif, dan R&D*(Cet. VI; Bandung Alfabeta, 2008), h.297

lebih banyak digunakan sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam.

### 3. Informan

Peneliti akan menggunakan Metode *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah salah satu tehnik pengambilan sampel yang sering digunakan dalam penelitian. *Purposive Sampling* pengambilan sampel secara sengaja, maksudnya peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu, yaitu para informan yang dapat memberikan data mengenai strategi Manajemen radio Telstar khususnya dalam program Pesona K-Pop. Sampel yang diambil tidak secara acak, tapi ditentukan sendiri oleh peneliti dan dianggap relevan dijadikan narasumber untuk memberikan keterangan terkait penelitian.<sup>48</sup>

Informan dalam penelitian ini adalah semua yang terlibat dalam jalannya proses penyiaran. Mulai dari jajaran tertinggi di Radio Telstar, yaitu station manager, program direktur, produser program yang memantau dan menyiapkan materi saat siaran, hingga penyiar yang menyampaikan informasi yang telah disiapkan.

Informan adalah orang yang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang ingin dilaksanakan.<sup>49</sup>

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a) Informan telah berkerja minimal 1 tahun di radio Telstar FM
- b) Informan memahami proses produksi yang dijalankan oleh Telstar pada siaran program Pesona K-Pop.
- c) Pendengar program pesona K-Pop

---

<sup>48</sup> Abu Achmad dan Narbuko Cholid, *Metode Penelitian*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h.70

<sup>49</sup> Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 121

#### ***D. Metode Pengumpulan Data***

1. *Lybrary Research* (riset kepustakaan), pengumpulan data dengan membaca literatur baik dari buku, majalah, surat kabar dan lain sebagainya yang menyangkut masalah penelitian. Hal ini tentunya untuk dijadikan landasan teori sekaligus mempermudah proses penelitian.
2. Observasi yaitu melakukan pengamatan langsung untuk memperoleh data yang diperlukan. Diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator suatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan oleh objek tersebut. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian kualitatif. Seperti penelitian kualitatif lainnya.. Teknik observasi yang akan dilakukan ialah observasi langsung dan tidak langsung. Maksud observasi langsung adalah pengamatan yang melibatkan peneliti berada di lapangan yang menjadi sasaran penelitian untuk mengamati objek penelitian. Sedangkan observasi tidak langsung adalah pengamatan yang menggunakan media tanpa harus berada di lapangan.
3. Wawancara atau *interview* adalah metode pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan lisan melalui tanya jawab kepada orang yang dapat memberikan keterangan. Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur, yaitu proses wawancara yang dilakukan secara terencana. Dalam hal ini, peneliti terlebih dahulu menyiapkan pedoman wawancara sebagai panduan dalam mewawancarai informan. Teknik ini memberikan data sekunder dan data primer yang akan mendukung penelitian.
4. Dokumentasi yaitu mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis. Teknik ini sering disebut sebagai *study documenter*. Dokumentasi adalah pengumpulan data

dengan cara melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang berisi data yang menunjang penelitian tentang strategi manajemen radio Telstar.

#### ***E. Instrumen Penelitian***

Pengumpulan data pada prinsipnya merupakan salah satu aktifitas yang bersifat operasional agar tindakannya sesuai dengan pengertian penelitian yang sebenarnya. Data yang valid didapatkan dari hasil informasi yang sengaja akan dikaji atau diteliti oleh penulis. Oleh karena itu penulis membutuhkan instrumen yang akurat dan valid untuk mempermudah penelitian penulis. Dalam penelitian ini, penulis merupakan instrumen utama yang didukung dengan pedoman wawancara kepada pihak yang bersangkutan dengan penelitian, sehingga memudahkan penulis dalam berdialog dengan informan, alat perekam (*tape recorder*), *handphone*, kamera, *personal computer (PC)*, dan alat tulis sebagai pelengkap ketika wawancara berlangsung.

#### ***F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data***

Proses pengolahan data dimulai dengan mengelompokkan data yang telah diperoleh dari penelitian lapangan, yaitu hasil observasi yang sudah dituliskan dalam bentuk catatan lapangan, hasil wawancara, serta dokumentasi berupa buku, gambar atau foto dan sebagainya, untuk diklasifikasikan dan dianalisis dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber.

Proses analisis data ditempuh yaitu proses reduksi data, sajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. mereduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabsahan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan dari lapangan. Data-data tersebut dipisahkan sesuai dengan permasalahan yang dimunculkan, yang kemudian dideskripsikan, diasumsi, serta



disajikan dalam bentuk rupa sehingga kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi.

Berdasarkan pendapat diatas, maka dapat disederhanakan dalam pengertian bahwa sejumlah data yang terkumpul melalui teknik observasi, teknik wawancara, dan dokumentasi digabung menjadi satu kemudian dicocokkan untuk dibakukan dan diolah serta dipilih menurut jenis atau golongan pokok bahasannya. Karena data yang diperoleh masih dalam bentuk uraian panjang, maka perlu sekali untuk direduksi. Penyajian data yang dimasukkan sebagai langkah pengumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan penarikan tindakan. Selain mereduksi dan menyajiakan data, tindakan selanjutnya adalah verifikasi dan menarik kesimpulan. Verifikasi dilakukan untuk memeriksa dan mencocokkan kebenaran data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi lalu disimpulkan.

Simpulan tersebut tidak mutlak tetapi sifatnya lentur, dalam arti ada kemungkinan berubah setelah diperoleh data yang baru.



**BAB IV**  
**STRATEGI MANAJEMEN RADIO TELSTAR**  
**DALAM MEMPERTAHANKAN PROGRAM PESONA K-POP**

***A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian***

**1. Sejarah Radio Telstar**

Radio Telstar Fm (PT.Radio Terminal Suara Lestari), adalah berangkat dari hobi, sekelompok anak muda Makassar memulai cikal bakal Radio Telstar yang saat ini mengudara di frekuensi 102,7 fm, dengan membuat radio amatir yang saat itu dikenal dengan istilah “radam” di jalur Gunung Lompobattang, Makassar. Nama Telstar diambil dari nama satelit pertama Amerika Serikat.

Pada saat itu belum dikelola secara baik, dan masih sebatas penyalur hobi, Radio Telstar saat itu mengalami beberapa kali perpindahan lokasi. Tahun 1970 saat berlokasi di jalan Bali, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintahan No.55 Tahun 1970, yang menyatakan siaran radio harus dikelola sebuah badan usaha yang bersifat komersial. “Radam” Telstar mengikuti kebijakan tersebut dengan membentuk suatu badan usaha bernama PT.Radio Telstar.

Tahun 1970 inilah dimana Radio Telstar resmi menjadi badan usaha, dan dijadikan sebagai tahun pertama Radio Telstar mengudara di Makassar. Tahun 1972, Radio Telstar pindah lokasi ke jalan Nusantara sampai tahun 1983, kemudian akhirnya menetap di jalan Ali Malaka No.26 Makassar sampai sekarang.

Dalam perjalanannya, pemerintah kembali mengeluarkan kebijakan yang mengharuskan sebuah badan usaha atau PT menghindari penggunaan nama-nama asing. Mengikuti kebijakan tersebut, PT.Radio Telstar mengubah nama menjadi PT.Radio Terminal Suara Lestari. Setelah sekian lama mengudara di jalur AM, tahun 1995 radio Telstar memutuskan pindah ke jalur FM dengan frekuensi 103, dan d

T.Radio Terminal Suara Lestari. Setelah sekian lama mengudara di jalur AM, tahun 1995 radio Telstar memutuskan pindah ke jalur FM dengan frekuensi 103, dan di tahun 2004, mengikuti kebijakan pemerintah, Radio Telstar menggunakan frekuensi 102,7 FM hingga saat ini.

## **2. Visi dan Misi Telstar Radio**

Visi:

Menjadi radio keluarga yang terbaik dan terpercaya di Kota Makassar dengan program acara yang edukatif dan menghibur.

Misi:

- a. Menyiarkan program acara yang menghibur dan bermutu dengan memperhatikan unsur muatan lokal.
- b. Memaksimalkan semua upaya pembentukan keluarga Indonesia yang ideal, yaitu keluarga yang bahagia, mapan secara ekonomi, pendidikan, sosial dan budaya, dalam kapasitas sebuah radio sebagai lembaga penyiaran.
- c. Perusahaan yang mampu memberikan kontribusi yang positif dan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat sesuai dengan peran masing-masing.

## **3. Jangkauan Siaran, Format Siaran, Dan Waktu**

Adapun jangkauan siaran pada Radio Telstar yaitu Makassar dan sekitarnya dengan kekuatan transmitter 4000 watt. Mengenai format siaran sebagai Radio dengan segmentas keluarga, format siaran Radio Telstar bersifat Umum (tidak spesifik atau cenderung pada salah satu komunitas atau golongan). Pada Radio Telstar memiliki waktu Siaran, yaitu:

- Senin - Minggu (setiap hari), pukul 05.00 – 24.00 Wita (19 jam)
- Khusus bulan Ramadhan, siaran dimulai pukul 02.00 – 24.00 Wita (22 jam)

#### 4. Sarana dan Prasarana

Adapun sarana dan prasarana pada bagian Program di Radio Telstar yaitu sebagai berikut: komputer, telepon, papan pengumuman, studio produksi, studio musik, studio siaran, AC (*air conditioner*), *microphone*, *headphone*, *audio mixer*, *software*, *telepon hybrid*, dan STL (*studio transmitter link*).

#### 5. Khalayak Sasaran

Dalam penyajian informasi dan program, tentu saja terdapat target-target usia pendengar, atau sasaran yang tepat sehingga tercapainya tujuan yang dimaksud dalam program-program tersebut, sehingga dapat digolongkan sasaran usia pendengar di bawah ini:<sup>50</sup>

**Tabel 4.1**

**Pembagian Jenis Kelamin Pendengar**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Persentase</b>
Pria	35 %
Wanita	65 %
Jumlah	100 %

Pada table 4.1 dapat kita lihat presentasi pembagian jenis kelamin pendengar pada Radio Telstar dimana Wanita memiliki presentasi lebih tinggi yang mendengarkan radio Telstar dibanding dengan Pria.

---

<sup>50</sup>Company Profile Telstar Radio. 2019

**Tabel 4.2**  
**Kelompok Usia Pendengar**

<b>Kelompok Usia</b>	<b>Persentase</b>
Di bawah 15 tahun	2 %
15-19 tahun	20 %
20-24 tahun	28 %
25-29 tahun	20 %
30-34 tahun	10 %
35-39 tahun	10 %
40-50 tahun	5 %
Di atas 50 tahun	5 %
Jumlah	100 %

Pernyataan di atas menjelaskan tentang target atau sasaran khalayak, dimana pada penyajian program-program terdapat target ataupun sasaran yang dituju, sehingga tidak terjadi bias pada pendengar program tersebut.<sup>51</sup>

#### **6. Format Siaran Radio Telstar**

Radio Telstar Makassar adalah salah satu radio yang turut meramaikan industri penyiaran radio yang ada di Makassar dan sekitarnya. Industri penyiaran bersaing secara ketat baik dari segi iklan, sumber daya manusia (SDM), *Brand Image Radio*, bahkan jelas mengenai program ataupun konten-konten yang ada dalam program tersebut.

---

<sup>51</sup> Company Profile Telstar Radio. 2019

Konten merupakan isi siaran yang ada pada suatu program, sehingga para pendengar dapat menikmati berbagai macam konten siaran yang berbeda-beda dan tentunya dapat berdampak dalam kehidupan sehari-hari.

Berbagai macam konten siaran yang disajikan oleh Radio Telstar dalam program-programnya untuk menghibur para pendengar, dan semua itulah salah satu yang dapat mempertahankan eksistensi suatu program di industri penyiaran radio.<sup>52</sup>

**Tabel 4.3**  
**Konten Program**

<b>Konten Program</b>	
Berita	9 %
Informasi/Penerangan	10 %
Pendidikan dan Kebudayaan	9 %
Agama	7 %
Olahraga	7 %
Hiburan dan Musik	30 %
Iklan	10 %
Acara Penunjang/ Layanan Masyarakat	18 %
Jumlah	100 %

Pada table 4.3 dapat kita lihat bahwa program yang ada pada Radio Telstar dimana hiburan dan musik tetap menjadi konten yang memiliki presentasi yang lebih tinggi karena pada umumnya hiburan dan musik tetap menjadi tujuan utama pada station radio.

---

<sup>52</sup> Company Profile Telstar Radio. 2019

**Tabel 4**  
**Presentase Siaran Musik**

<b>Presentase Siaran Musik</b>	
Indonesia Populer ( <i>New Entry, Current, Re-Current</i> )	60 %
Mandarin, Korea dan Jepang	15 %
Barat ( <i>New Entry, Current, 90s</i> )	24 %
Tradisional/Daerah	1 %
Jumlah	100 %

**Tabel 5**  
**Format Bahasa**

<b>Bahasa</b>	
Bahasa Indonesia	90 %
Bahasa Asing	10 %
Jumlah	100 %

**Tabel 6**  
**Format Siaran**

<b>Format Siaran</b>	
<i>Talk</i>	10 %
<i>Music</i>	70 %
<i>Interaction</i>	20 %
Jumlah	100 %

Di atas adalah format siaran pada konten program-program yang ada di Radio Telstar dan juga presentase ditiap program acara tersebut. Dengan tabel di atas lebih diketahui presentase dan informasi yang diberikan lebih terarah pada setiap programnya.

Presentase siaran musik tergolong penting dalam format siaran, karena pada umumnya *genre* musik setiap orang berbeda-beda sama halnya dengan selera musik, jadi, tentu pemilihan musik yang sesuai dengan segmentasi program sangat dan harus diperhatikan oleh seorang penyiar bahkan PD (*Program Director*).

## **7. Deskripsi Program Radio Telstar**

### **Weekdays**

#### **05.00-06.00: (Senin-Minggu) “Permai Baru”**

Membahas permasalahan seputar Agama Islam dengan menjawab berbagai pertanyaan dari pendengar melalui SMS atau surat dengan narasumber seorang Ustad.

#### **06.00-09.00: (Senin-Minggu) “Pagi Indah”**

Menyajikan lagu-lagu Indonesia & Mancanegara populer, serta penyampaian informasi aktual seputar kota Makassar & nasional. Pendengar juga diajak berpartisipasi via telepon atau SMS untuk membagikan pendapatnya terkait topik-topik ringan dalam keseharian. Acara ini dihadirkan sebagai hiburan bagi keluarga yang sedang melakukan aktivitasnya di pagi hari. Acara ini juga diselingi dengan informasi *traffic* lalu lintas.

#### **09.00-10.00: (Senin-Sabtu) “Bekas Tapi Mulus”**

Menghadirkan informasi jual beli/ kontrak rumah, mobil, motor, dan aneka kebutuhan sehari-hari hingga penawaran jasa. Acara ini dibawakan secara santai penuh humor dan diselingi informasi menarik seputar Kota Makassar.

#### **10.00-11.00: (Senin-Jumat) “Masalah Kita”**

Membahas solusi dari berbagai masalah bersama narasumber yang profesional dan berpengalaman (Parenting, Kesehatan, Pelayanan Publik dari Intansi



Pemerintahan, Pengobatan Alternatif, dan Hukum). Pendengar dapat berkonsultasi langsung melalui telepon dan SMS.

**11.00-13.00: (Senin-Sabtu) “Simfoni Keluarga”**

Menghadirkan lagu-lagu Indonesia populer tahun 2000-an hingga yang terbaru, disertai informasi menarik dan bermanfaat terutama bagi kaum wanita. Acara lain terkait informasi kecantikan, dunia kerja, kesehatan, parenting, fashion, tips dari balik dapur dll. Pendengar juga diajak berpendapat terkait topik yang diangkat.

**13.00-15.00: (Senin-Minggu) “Pesona Mandarin”**

Memutarkan lagu-lagu Mandarin populer 90-an hingga yang terbaru yang dipilih oleh pendengar. Acara ini juga dilengkapi informasi menarik seputar dunia hiburan dan budaya masyarakat Tionghoa.

**15.00-16.00: (Senin-Sabtu) “Pesona K-POP”**

Memutarkan lagu-lagu Korea populer yang dipilih oleh pendengar. Acara ini juga dilengkapi informasi menarik selebriti Korea.

**16.00-18.00: (Senin-Jumat) “Ekspresi”**

Acara ini menyajikan lagu-lagu Indonesia dan Barat populer tahun 2000-an hingga yang terbaru, info seputar life style sambil mengajak penengar membahas topik yang sedang trend secara santai dan akrab.

**18.00-20.00: (Minggu-Jumat) “Tembang Kenangan”**

Memutarkan lagu-lagu kenangan populer tahun 80-90an yang dipilih oleh pendengar sebagai teman beristirahat selepas beraktivitas. Acara ini juga diselingi informasi-informasi menarik mengenai artis-artis yang dulu populer dimasanya.

**20.00-22.00: (Senin-Jumat) “Indoku-Indomu”**

Menghadirkan lagu-lagu Indonesia terbaru dan terpopuler bagi pendengar yang ingin mengikuti perkembangan musik Indonesia sambil mengirimkan salam buat keluarga atau sahabat tercinta. Acara ini juga diselengi informasi terkini dunia hiburan Indonesia dan Informasi terkait remaja.

**22.00-24.00: (Senin-Minggu) “Kidung Malam”**

Menyajikan lagu-lagu bernuansa romantis dan lembut untuk menemani istirahat malam pendengar diselengi informasi kesehatan populer dan gaya hidup lainnya.

**Weekend Sabtu**

**10.00-11.00: (Sabtu) “TELPON (Terminal Ponsel)”**

*Talkshow* interaktif yang membahas permasalahan seputar *gedget* dan *handphone* bersama narasumber praktis.

**17.00-18.00: (Sabtu) “Secangkir Teh dan Kenangan”**

Menyajikan lagu-lagu kenangan populer tahun 60-70an yang disertai kisah-kisah menarik yang pernah terjadi di masa silam.

**18.30-20.00: (Sabtu) “*Music and Movie*”**

Acara ini merupakan acara khusus bagi para pecinta film dan musik. Dilengkapi informasi Film *Box Office* selama sepekan, sinopsis film-film terbaru dan lagu-lagu populer baik Indonesia maupun mancanegara.

**20.00-22.00: (Sabtu-Minggu) “FRENSTAR (*Friend*-nya Telstar)**

Acara khusus untuk remaja yang ingin memperluas pergaulan dengan cara berkenalan antara sesama pendengar. Disertai lagu-lagu Indonesia populer yang diselengi informasi maupun tips-tips dalam menjalin persahabatan.

**09.00-10.00: (Minggu) “Bengkel Kita”**

Talkshow yang menyajikan konsultasi otomotif, termasuk kita perawatan dan perbaikan kendaraan bermotor roda dua dan empat bersama narasumber praktis otomotif dari Sekolah Menengah Kejuruan termuka di Makassar.

**10.00-12.00: (Minggu) “20 Tembang Terpopuler Indonesia”**

Menyajikan 20 lagu-lagu Indonesia terbaru dan terpopuler yang tersusun dalam tangga lagu, disertai informasi menarik seputar penyanyi yang lagunya terpilih dalam jajaran tangga lagu 20 tembang terpopuler Indonesia.

**14.00-16.00: (Minggu) “Pesona Oriental”**

Menghadirkan lagu-lagu Korea dan Jepang populer yang diselengi informasi seputar artis-artis dan kebudayaannya.

**16.00-18.00: (Minggu) “*Sunday Music*”**

Pendengar dihibur dengan lagu-lagu Indonesia dan Barat populer serta informasi menarik dan menambah wawasan seputar hal-hal menarik dan unik yang terjadi di dunia selama sepekan.

**20.00-20.30: (Minggu) “Siraman Rohani Katolik”**

Program yang mengangkat permasalahan seputar agama Katolik yang bekerjasama dengan Keuskupan Gereja Katolik Makassar.

**Program Spesial Ramadhan**

**03.00-05.00: (Senin-Minggu) “Sajian Sahur”**

Menyajikan lagu-lagu Indonesia populer dan religi islami sebagai hiburan sat bersantap sahur. Acara ini diselengi dengan info atau tips-tips berpuasa secara sehat dan tradisi ramadhan yang unik. Pendengar juga diajak bergabung menyapa keluarga atau teman yang bersantap sahur.

**17.00-18.00: (Senin-Minggu) “*FARDHU* (Fadilah Ramadhan Menanti Bedug)”**

Program ceramah dan tanya jawab dengan ustad dengan materi-materi seputar ibadah di bulan suci Ramadhan. Pendengar bisa berpartisipasi via telepon dan SMS.

### **03.30-03.35: (Senin-Minggu) “Ensiklopedia Islam”**

Insert berisi informasi hal-hal menarik dalam sejarah dan budaya islam di dunia untuk menambah wawasan dan meningkatkan kecintaan pada agama islam.

### **8. Deskripsi Insert Radio Telstar**

#### **Apa Kata Mereka**

Insert ini hanya diputar di jam-jam prime time. Bercerita tentang seorang muallaf keturunan tionghoa yang rajin menjajakan kue tradisional dagangannya ke anak-anak penyiar TelstarRadio. Dialek Makassar yang khas menjadi daya tariknya. Koh ahung adalah insert berisi edukasi dan persuasi nilai-nilai moral keseharian yang dikemas ringan dan sangat dekat dengan perilaku masyarakat makassar

### **9. Job Desk All Departement**

Dalam operasional perusahaan, unit-unit kerja PT.Radio Terminal SuaraLestari memiliki uraian pekerjaan sebagai berikut :

#### **1. Direktur**

- a. Bertanggungjawab atas keseluruhan proses operasional, penerapan strategi, pencapaian hasil, serta pengelolaan Sumber Daya Manusia, dana, sarana/perangkat keras dan lunak, serta teknologinya.
- b. Melaksanakan fungsi manajemen meliputi Perencanaan, Pengorganisasian seluruh sektor kegiatan, Komunikasi dan Pengendalian.
- c. Melaksanakan tugas-tugas kepenanggungjawaban meliputi proses perizinan, hubungan dengan instansi sipil/militer, urusan organisasi atau asosiasi, dampak siaran dan aspek sekuritas kegiatan.

- d. Melaksanakan tugas HRD, meliputi konseling dan pemberdayaan SDM.

## **2. Penanggung Jawab Teknik**

- a. Penguasaan seluruh perangkat keras dan lunak yang berhubungan langsungataupun tidak langsung dengan proses penyiaran.
- b. Bertanggungjawab atas kelancaran perangkat teknis operasional siaran, khususnya yang berhubungan dengan aktivitas on air.
- c. Mengontrol kualitas modulasi siaran, pancaran dan penerimaan siaran di masyarakat.
- d. Membuat laporan teknik secara periodik.

## **3. Penanggung Jawab Siaran**

- a. Bertanggungjawab atas pengaturan penyelenggaraan siaran mulai dari scheduling, eksekusi sampai pelaporan.
- b. Bertanggungjawab atas terjaganya format siaran.
- c. Memantau dan memastikan kelayakan program siaran.
- d. Melakukan supervisi dan mencermati kinerja Penanggungjawab Musik, Penanggungjawab Pemberitaan, Production, Penyiar dan Reporter.
- e. Mencermati perkembangan, mewaspadaikan kompetitor dan mengambil langkah antisipasi bila dianggap perlu.
- f. Mengkreasi dan melaksanakan pengembangan program.

## **4. Manajer Pemasaran**

- a. Merancang, mengatur strategi marketing dan melaksanakan bersama tim marketing yang ada.

Memimpin tim marketing melakukan penetrasi pasar secara optimal.

## **B. Strategi perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan dalam mempertahankan program Pesona K-pop**

Strategi merupakan program umum untuk mencapai segala tujuan-tujuan organisasi dalam mencapai tujuan. Strategi juga dapat didefinisikan sebagai pola tanggapan organisasi terhadap lingkungan sepanjang waktu, hal ini berarti bahwa setiap organisasi selalu mempunyai strategi walaupun tidak pernah secara eksplisit dirumuskan.<sup>53</sup> Sedangkan kata strategi dalam manajemen sebuah organisasi diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategi organisasi.<sup>54</sup> Maka dari itu diperlukan strategi yang baik dalam pengelolaan manajemen sebuah organisasi/lembaga.

Tentunya sebuah lembaga radio juga harus mempunyai strategi-strategi manajemen yang baik dan kreatif untuk meningkatkan dan mempertahankan eksistensi suatu program radio. Dimana program radio harus memiliki strategi yang jelas dalam menghadapi persaingan antar media terkhusus media radio. Strategi ini harus disusun bersama antara program direktur, produser program, dan penyiar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penelitian dan hasil analisa data, peneliti mendapatkan beberapa jawaban mengenai strategi manajemen yang diterapkan Radio Telstar dalam mempertahankan program Pesona K-Pop diantaranya adalah :

---

<sup>53</sup> M. Anshar A, Akil. *Standarisasi Manajemen Penyiaran*.h.41

<sup>54</sup> H. Hadari Nawawi, *Manajemen Strategik*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005), h. 147

### 1. *Planning* (perencanaan)

Perencanaan merupakan proses pencarian data dan mencari cara bagaimana untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Perencanaan harus dirapatkan sebagai fungsi utama manajemen dan meliputi segala sesuatu dimana perencanaan merupakan unsur yang sangat penting dan merupakan fungsi fundamental manajemen, karena *organizing, actuating, controlling* dan *evaluation* harus terlebih dahulu direncanakan. Membuat keputusan biasanya menjadi bagian dari perencanaan karena setiap pilihan dibuat berdasarkan proses penyelesaian setiap rencana. Perencanaan penting karena banyak berperan dalam jalannya mekanisme kerja.

Program Pesona K-Pop merupakan program inovasi yang dibuat oleh pihak manajemen Radio Telstar dalam meningkatkan minat pendengar terhadap program-program Radio Telstar. Program Pesona K-Pop telah berjalan selama 10 tahun yang diawali dengan melihat perkembangan zaman dan dianggap sebagai peluang yang menarik. Aryanti Nugraha selaku Program direktur sekaligus Produser program mengatakan :

“Latar belakang dibentuknya Program Pesona K-Pop adalah kami melihat tren K-Pop yang sedang *Happening* di Indonesia dan peminatnya banyak. Awalnya diawali dengan drama-drama korea, kami berpikiran bahwa ini merupakan peluang yang menarik. Entah beberapa tahun kemudian dunia K-Pop akan banyak disukai, dan hal itu sudah terbukti sekarang. Hingga saat ini, program Pesona K-Pop menjadi program tetap di Radio Telstar dan memiliki pendengar yang banyak. Selain itu, di Makassar jarang ada radio yang memiliki program khusus tentang dunia K-Pop, biasanya *competitor* kami hanya memutar lagu K-Pop bersama dengan lagu Indonesia/jenis lagu lainnya.”<sup>55</sup>

Dalam perencanaan yang dilakukan pada program Pesona K-pop Aryanti Nugraha selaku Program direktur sekaligus Produser program mengatakan bahwa:

---

<sup>55</sup> Aryanti Nugraha (35 Tahun). Program Direktur & Produser Program Pesona K-Pop: Wawancara 5 November 2019

“Sebelum On Air, kita terlebih dahulu melakukan Breafing bersama Tim pada produksi program pesona K-pop (Produser/PD, music direktur/ MD, Tim produksi dan penyiar) serta menyusun beberapa strategi agar program tersebut tetap di sukai oleh pendengar. Sama seperti program lainnya, karena Pesona K-Pop adalah program hiburan yang mengutamakan pemutaran lagu. salah satu persiapan utama sebelum On Air adalah mempersiapkan lagu-lagu yang akan diputar biarpun format utamanya adalah memutar lagu-lagu yang dipilih oleh pendengar via sms, wa & sosial media. Selain itu, disiapkan juga sejumlah informasi ringan terkait budaya dan info terbaru musisi korea selatan”.<sup>56</sup>

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Wahyudi (1994) yang mengatakan bahwa perencanaan harus mampu menetapkan prosedur-prosedur kegiatan-kegiatan yang diperlukan terlebih dahulu. Kegiatan perencanaan disini meliputi perencanaan siaran termasuk didalamnya perencanaan produksi dan pengadaan materi siaran, kemudian menyusun menjadi rangkaian mata acara sesuai dengan misi, fungsi, tugas dan tujuan yang hendak dicapai, juga pengadaan sarana dan prasarana serta administrasi<sup>57</sup>.

Umumnya, program siaran radio yang dikelola dengan perencanaan manajemen yang baik itu diawali dengan persiapan yang matang. Seperti melakukan breafing sebelum On Air bersama tim pada produksi program K-Pop terdiri dari Produser (PD), Musik Director(MD), Tim Produksi & Penyiar, serta menyiapkan materi siaran seperti informasi ringan terkait budaya dan info terbaru musisi Korea Selatan.

---

<sup>56</sup> Aryanti Nugraha (35 Tahun). Program Direktur & Produser Program Pesona K-Pop: Wawancara 4 November 2019

<sup>57</sup> J.B Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, Utama 1994), h.70.



Dalam menentukan strategi sebuah radio, tentunya dengan perencanaan yang matang antara pihak manajemen dan penyiar. Strategi yang telah direncanakan bertujuan untuk mencapai target. Aryanti Nugraha selaku Produser program mengatakan bahwa:

“Sejak awal membuat program ini, kami memang menargetkan keluarga (usia 20 – 35 thn) sebagai pendengar kami. Untuk itu, walaupun format acaranya adalah memutar lagu pilihan pendengar. sebagian besar lagu yang diputar tetap adalah pilihan produser/music director karena mempertimbangkan pendengar pasif yang jumlahnya jauh lebih banyak dari pendengar aktif (bergabung real time via wa, sms, dan sosial media).”<sup>58</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, program pesona K-pop mempunyai target pendengar yang berusia 20-35 tahun dan tetap mempertahankan segmentasi radio yaitu Radio keluarga.

Strategi kreatif yang diperlukan dalam produksi program pesona K-pop harus memiliki strategi yang jitu, berkualitas bahkan menarik agar program yang disajikan dapat berjalan sukses dan disukai oleh pendengar, sehingga tentu harus melewati beberapa elemen pendukung dari keberhasilan tersebut. Salah satu elemen penting dalam kesuksesan suatu program adalah Penyiar. Tentunya penyiar memiliki peranan yang sangat penting dalam kesuksesan suatu program. Penyiar sendiri juga harus melakukan beberapa persiapan yang matang sebelum On Air. Lisa Djaafar selaku penyiar program Pesona K-pop dalam hasil wawancaranya mengatakan bahwa:

“Tentunya sebelum siaran kita melakukan breafing bersama Tim produksi. Dan sebelum On Air saya menyiapkan beberapa persiapan, yang pertama tentunya saya harus hadir 30 menit sebelum siaran dimulai, kemudian melakukan *stretching* dan melakukan olah *vocal* agar pada saat siaran tidak

---

<sup>58</sup> Aryanti Nugraha (35 Tahun). Program Direktur & Produser Program Pesona K-Pop: Wawancara 4 November 2019

kaku, kemudian menyiapkan sejumlah informasi ringan terkait budaya dan info terbaru musisi Korea Selatan, serta menyiapkan beberapa lagu untuk pendengar yang sebelumnya sudah di cek oleh Produser dan Musik directur untuk menghindari apabila kurangnya requesan dari pendengar pada saat siaran berlangsung<sup>59</sup>

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat George R. Terry yang mengatakan bahwa Perorganisasian adalah tindakan mengusahakan hubungan-hubungan kelakuan yang efektif antara orang-orang, sehingga mereka dapat berkerjasama secara efisien, dan dengan demikian memperoleh kepuasan pribadi dalam hal melaksanakan tugas-tugas tertentu dalam kondisi lingkungan tertentu guna mencapai tujuan atau sasaran tertentu<sup>60</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas seorang penyiar tentu harus menyiapkan beberapa persiapan yang matang sebelum proses penyiaran berlangsung. Agar pada saat On Air tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Seorang penyiar juga tentu memiliki beberapa strategi yang telah direncanakan untuk mencapai target pada saat siaran. Lisa Djaafar selaku penyiar program Pesona K-pop dalam hasil wawancaranya menambahkan bahwa:

“Strategi yang dilakukan oleh penyiar sendiri, yaitu harus membawakan program tersebut se-menarik mungkin. Dimana ketika siaran harus menguasai apa yang kita bawakan, kita harus tau lagu-lagu korea, mengetahui info terupdate, dan lagu yang terputar harus sesuai dengan segmentasi radio Telstar yaitu Pesona Keluarga. Meskipun kita membuka requesan kepada pendengar jika lagu yang di request tidak sesuai dengan segmen radio telstar kita tidak akan memutar lagu tersebut.”<sup>61</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penyiar program pesona K-pop mempunyai strategi yang telah direncanakan agar program tersebut tetap bertahan

---

<sup>59</sup> Lisa Iriani Djaafar (28 tahun). Penyiar program Pesona K-pop: Wawancara 2 November

<sup>60</sup> George R. Terry Alih Bahasa Oleh winardi, *Asas-Asas Manajemen*, h.313

<sup>61</sup> Lisa Iriani Djaafar (28 tahun). Penyiar program Pesona K-pop: Wawancara 2 November

yaitu dengan mengutamakan kepuasan pendengar, dengan memutar lagu yang di request oleh pendengar namun tetap mempertahankan ciri khas atau segmentasi Radio Telstar sebagai radio keluarga dengan menfilter lagu yang diputarkan apabila tidak sesuai dengan segmentasi radio tersebut. Selain itu, Menjadi seorang penyiar tidak hanya bisa cakap berbicara, banyak hal yang harus ditekuni seorang penyiar seperti, “pribadi yang menyenangkan, *attitude*, cerdas, ceria, dewasa, berlaku profesional dan berwawasan luas”. Karakter di atas juga menunjang meningkatnya suatu program pada stasiun radio.

Dalam Al-Qur’an perintah untuk mengatur dan merencanakan suatu pekerjaan terdapat pada Firman Allah swt, dalam Q.S. al-Hasyr/59 : 18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan”.<sup>62</sup>

Dari ayat di atas, dapat dipahami bahwa perintah untuk merencanakan dan mengolah suatu pekerjaan amatlah penting untuk dilaksanakan terutama dalam hal pengelolaan suatu lembaga pers dalam rangka mengolah informasi menjadi berita yang berkualitas.<sup>63</sup>

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik satu kesimpulan, bahwa Program pesona K-pop pada Radio Telstar telah melakukan tahap perencanaan dengan sangat baik. Hal tersebut dapat terlihat dari proses perencanaan

---

<sup>62</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Darus Sunnah, 2007).

<sup>63</sup> M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h.357

yang matang dari program direktur, produser program dan penyiar sehingga jalannya Program Pesona K-Pop lebih terarah dan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Dengan perencanaan yang matang membuat program siaran Program Pesona K-Pop tersaji dengan baik dan dapat diterima oleh pendengar

## 2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasi yaitu proses dalam memastikan kebutuhan karyawan dan fisik setiap sumber daya tersedia untuk menjalankan rencana dan mencapai tujuan yang berhubungan dengan organisasi. Pengorganisasi juga meliputi penugasan setiap aktifitas, membagi pekerjaan ke dalam setiap tugas yang spesifik, dan menentukan siapa yang memiliki hak untuk mengerjakan beberapa tugas. Oleh karena itu diperlukan perorganisasian yang baik dalam suatu lembaga penyiaran agar proses penyiaran berjalan efektif.

Program Pesona K-Pop pada radio Telstar dalam mekanisme organisasinya cukup baik dan telah tersusun dengan rapih. Penugasan dan tanggung jawab setiap divisi telah di bagi merata sehingga tidak akan mengganggu mekanisme kerja yang akan dilakukan. Berdasarkan Mekanisme kerja dalam melaksanakan siaran program pesona K-pop dan bagaimana kerja tim pada produksi program tersebut telah dijelaskan oleh Aryanti Nugraha selaku Program direktur dalam hasil wawancaranya yaitu:

“Mekanisme kerja dalam melaksanakan siaran program Pesona K-pop yaitu dimana Penyiar menyiapkan beberapa lagu dan informasi yang akan disiarkan kemudian dicek oleh produser dan Musik Direktur(MD). Kemudian mengenai kerja tim pada produksi program pesona K-pop, Sama seperti program lainnya, tim pada produksi program K-Pop terdiri dari Produser (PD), Musik

Director(MD), Tim Produksi, dan Penyiar sebagai ujung tombak yang berhadapan langsung dengan pendengar.”<sup>64</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas Kerja tim atau *teamwork* sangat diperlukan dalam suatu organisasi manapun, termasuk radio. Kerja tim di stasiun radio sangat berpengaruh dalam peningkatan kualitas program, bentuk kerja sama yang solid dibutuhkan dalam pembentukan program, penjualan program pada khalayak ataupun konsumen, bahkan dalam pengambilan keputusan dibutuhkan musyawarah.

Adapun mengenai penentuan penyiar terhadap program pesona K-pop menurut hasil wawancara dengan produser program Pesona K-Pop Aryanti Nugraha menjelaskan bahwa:

“Penentuan penyiar pada program pesona K-pop yang pastinya harus *Interest* dengan musik terutama dengan lagu-lagu Korea. Dan sama seperti program lain, penyiarnya harus komunikatif serta kreatif selain itu harus mempunyai pribadi yang menyenangkan, dan attitude yang paling utama. Dan tentunya mempunyai wawasan luas serta menyukai segmen siaran tersebut”<sup>65</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas mengenai penentuan penyiar terhadap program pesona K-pop ditentukan dengan memilih penyiar yang sesuai dengan segmen siaran tersebut serta harus *Interest* dengan musik terutama dengan lagu-lagu Korea. Juga mempunyai wawasan luas serta menyukai segmen siaran tersebut. Sehingga bisa menarik minat pendengar. Kepuasan pendengar mendengarkan informasi dapat diukur dari pembawaan siaran seorang penyiar, sehingga perlu pemilihan penyiar yang tepat pada setiap programnya.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa Program Pesona K-Pop telah terorganisasi secara baik dalam pelaksanaannya. Hal tersebut dikarenakan

---

<sup>64</sup> Aryanti Nugraha (35 Tahun). Program Direktur & Produser Program Pesona K-Pop: Wawancara 4 November 2019

<sup>65</sup> Aryanti Nugraha (35 Tahun). Program Direktur & Produser Program Pesona K-Pop: Wawancara 4 November 2019

pelaksanaan program yang sesuai dengan perencanaan yang telah disusun dan penyiar dan manajer program telah menjalankan *jobdescnya* masing-masing.

### 3. *Actuating* (Penggerakan)

Penggerakan merupakan peran dari seorang pimpinan/atasan dalam memberikan arahan kepada karyawan yang sesuai dengan tujuan organisasi. Pengarahan merupakan implementasi dari rencana yang berbeda dari *planning* maupun *organizing*. Kegiatan *actuating* membuat urutan rencana menjadi tindakan dalam organisasi, Sehingga tanpa adanya pelaksanaan secara nyata, rencana hanya akan menjadi sebuah imajinasi atautun impian yang tidak pernah menjadi kenyataan.

Dalam orientasinya, Aryanti Nugraha mengatakan:

“Karena program ini disiarkan secara *live*, penyiar dan produser terlebih dahulu menyiapkan materi siaran (lagu & informasi), mengecek kesiapan alat-alat pendukung siaran di studio dan tentunya penyiar harus menyiapkan mental untuk siaran dalam hal ini bersikap tenang, menguasai penggunaan dan pemanfaatan peralatan di studio”<sup>66</sup>

Fungsi Penggerakan adalah proses bimbingan kepada karyawan agar mereka menjalankan tugas-tugas pokoknya sesuai dengan keterampilan yang dimiliki dan dukungan sumber daya yang tersedia. Lisa Iriani Djaafar menjelaskan:

“ Pada saat *On Air* itu dimulai dari *opening* mengenai pengenalan Radio Telstar dan penyiar / *Call Id*, memutarakan 2-3 lagu Korea per slot berdasarkan *request* dari pendengar dan diselingi dengan informasi-informasi seputar dunia K-Pop dan iklan, terakhir *Closing*. Nah, tentunya pada saat siaran saya mengikuti *Ghantchart* mengenai program pesona K-Pop yang saya susun sebelumnya bersama Produser Program”<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> Aryanti Nugraha (35 tahun). Program Direktur & Produser Program Pesona K-Pop Radio telstar: Wawancara 4 November 2019

<sup>67</sup> Lisa Iriani Djaafar (28 Tahun). Penyiar Program Pesona K-Pop: Wawancara 2 November 2019

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wicaksono (2018) pada Harian Ujung pandanng Ekspres yang menyatakan bahwa kejelasan komunikasi, pengembangan motivasi, dan penerapan kepemimpinan yang efektif akan sangat membantu suksesnya rencana yang telah dibuat.<sup>68</sup>

Pada pelaksanaan Program Pesona K-Pop, terdapat standar operasional prosedur penyiaran. Adapun tahapan program tersebut yaitu :

Program Pesona K-pop merupakan program yang disiarkan tiap hari dan menjadi salah satu program unggulan di Radio telstar. Dalam orientasinya, Aryanti Nugraha mengatakan:

“Program Pesona K-Pop disiarkan secara *live* setiap Senin-Sabtu pada pukul 15.00 sd 16.00 WITA. Khusus di hari Sabtu, disiarkan dengan durasi lebih lama yaitu dari pukul 15.00 sd 17.00”

Radio Telstar saat sedang dalam pelaksanaan Program Pesona K-Pop membuka kesempatan kepada pendengar untuk bergabung melalui layanan interaktif pada saat proses *On Air*. Penyiar akan memberikan kesempatan pada pendengar untuk bergabung dengan melakukan *request* lagu via SMS, *whatsapp* maupun media social seperti *Facebook*, *Line*, *Twitter* dan *Instagram* agar keberadaan program Pesona K-Pop tetap bertahan dan memiliki *feedback* dari pendengar. Hal ini sangat penting untuk mempertahankan program Pesona K-Pop karena semakin kedepan teknologi semakin berkembang, dengan melihat hal tersebut membuat radio harus terus berinovasi. Kurnia Lestari menjelaskan :

“Saya biasanya request lagu di Radio Telstar saat Program Pesona K-Pop yaitu lagu dari Monsta X yang judulnya *Perfect* via SMS. Saya merasa

---

<sup>68</sup> Setyo Utomo Wicaksono. Stratgei Manajemen Pemeritaan Harian Ujungpandang Ekspres dalam menghadapi Persaingan dengan media Online. Skripsi UIN Alauddin Makassar. 2018. h.52

terhibur dengan program Pesona K-Pop apalagi penyiaranya yang sangat *Humble*”<sup>69</sup>

Program Pesona K-Pop Radio Telstar diminati oleh pendengar dikarenakan program tersebut dapat menjadi hiburan serta menyediakan musik-musik yang *up to date*. Jessy Magfirah Miryanas mengatakan :

“Saya sangat terhibur dengan Program Pesona K-Pop karena musik-musik yang disediakan selalu *Up to date*. Seru juga rasanya menunggu lagu yang sudah kita *request* diputar yang tentunya bersaing dengan beberapa pendengar yang juga ikut melakukan *request*”<sup>70</sup>

Pada saat pelaksanaan Program Pesona K-Pop tetap memperhatikan ciri khas dari Radio Telstar yaitu radio dengan segmentasi keluarga sehingga pada saat pemutaran lagu tetap memperhatikan *genre* music yang sesuai dengan segala usia. Alfianty Abbas mengatakan :

“ Karena disini kami memiliki ciri khas sebagai radio keluarga, sehingga kami punya aturan tersendiri maksimal memutar lagu nge-beat sebanyak 3 kali, selebihnya memutar lagu yang lebih *soft*. ”<sup>71</sup>

Dari uraian tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa Program Pesona K-Pop Radio telstar dalam melaksanakan tahapan pergerakan dengan sangat baik. Hal tersebut dapat terlihat dari pelaksanaan yang dilakukan sesuai rencana yang telah ditetapkan. Serta pengarahan yang dapat membantu dalam mekanisme kerja, seperti arahan mengenai konten setiap segmen acara sehingga program menjadi lebih terstruktur dan menarik.

---

<sup>69</sup> Kurnia Lestari (22 Tahun). Pendengar Program Pesona K-Pop Radio Telstar. Wawancara 4 November 2019

<sup>70</sup> Jessy Magfirah Miryanas (20 tahun). Mahasiswi. Wawancara 4 November 2019

<sup>71</sup> Alfianty Abbas (32 Tahun). Penyiar Program Pesona K-Pop. Wawancara 5 November 2019



#### 4. *Controlling* (Pengawasan)

Pengawasan merupakan kegiatan dalam memastikan kinerja sesuai dengan rencana. Hal ini sangat penting untuk mengetahui apakah rencana yang telah disusun telah berjalan dengan baik ataupun tidak berjalan dengan baik. Fungsi dari pengawasan adalah untuk menentukan apakah rencana awal perlu direvisi, melihat hasil dari kinerja selama ini. Jika dirasa butuh ada perubahan, maka pimpinan akan kembali pada proses *planning*, di mana ia akan merencanakan sesuatu yang baru berdasarkan hasil dari pengawasan.

Produser Program Pesona K-Pop dalam melakukan pengawasan memperhatikan Proses jalannya kegiatan dengan perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Sebelum *On Air* dilakukan breafing terlebih dahulu. Hal tersebut bertujuan untuk meminimalisasikan adanya kesalahan atau kurangnya data yang diperlukan. Dalam orientasinya, Aryanti Nugraha mengatakan:

“Sejauh ini Program Pesona K-Pop sudah berjalan dengan sangat lancar. Hal tersebut didukung dengan pendengar yang kurang lebih sudah mencapai 180 ribu orang. Nah, pada saat *On Air*, saya akan tetap mengawasi kinerja penyiar. Setiap kali selesai siaran kalau ada yang dianggap kurang, akan langsung disampaikan saat itu juga”<sup>72</sup>

Hal tersebut dilakukan produser Program Pesona K-Pop dalam upaya mempertahankan eksistensi Program Pesona K-Pop, Apabila terdapat kesalahan ataupun kekeliruan maka akan dilakukan perencanaan ulang. Radio Telstar dalam Program Pesona K-pop menjaga mekanisme kerja *team work* sebagai strategi yang mendukung dalam menjaga eksistensinya.

---

<sup>72</sup>Aryanti Nugraha (35 tahun). Program Direktur & Produser Program Pesona K-Pop Radio telstar: Wawancara 4 November 2019

Radio Telstar dalam melakukan pengawasan jalannya Program Pesona K-Pop memperhatikan respon dari pendengar untuk mengetahui apakah program tersebut diminati oleh masyarakat. Aryanti Nugraha mengatakan :

“ Dalam melakukan *controlling*, pengawasan yang kami lakukan sama untuk setiap program, termasuk Program Pesona K-Pop. . Selain menilai proses *On Air* kami juga menilai respon dari pendengar yang bergabung setiap harinya dan dilihat pula dari cukup dibicarakan program ini di masyarakat<sup>73</sup>

Dari uraian tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa Program Pesona K-Pop Radio Telstar dalam melaksanakan tahapan Pengawasan sudah sangat baik. Hal tersebut dapat terlihat dari pengawasan pada jalannya program, penyiar program serta respon dari masyarakat sehingga hal tersebut dapat menjadi referensi bagi Radio Telstar apakah program Pesona K-Pop telah berjalan sesuai dengan perencanaan awal dan untuk menilai apakah program dianggap berhasil.

#### 5. *Evaluation* (Evaluasi)

*Evaluation* atau proses evaluasi merupakan tahapan akhir dari manajemen. evaluasi adalah suatu proses identifikasi untuk mengukur/ menilai apakah suatu kegiatan atau program yang dilaksanakan sesuai dengan perencanaan atau tujuan yang ingin dicapai. Pada tahap evaluasi, akan dilakukan penilaian keberhasilan program.

Proses evaluasi Program Pesona K-Pop Radio Telstar dilakukan oleh *Program Manager, Produser*, Pimpinan Radio serta Penyoar Program Pesona K-Pop. Aryanti Nugraha mengatakan :

---

<sup>73</sup> Aryanti Nugraha (35 tahun). Program Direktur & Produser Program Pesona K-Pop Radio telstar: Wawancara 4 November 2019

“ Setiap minggunya kami rutin melakukan rapat evaluasi. Evaluasi yang kami lakukan sama untuk setiap program, termasuk Program Pesona K-Pop. Evaluasi terdiri atas 2 (dua) tahap yaitu evaluasi langsung ( setiap kali siaran jika ditemukan ada yang kurang maka akan disampaikan langsung kepada penyiar) dan evaluasi tiap minggunya bersama pimpinan dan penyiar program”<sup>74</sup>

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian Wicaksono (2018) yang mengatakan bahwa Harian Ujung Pandang Ekspres melakukan rapat evaluasi setiap harinya, bertujuan untuk menilai berita yang layak untuk diterbitkan atau tidak. Selain rapat evaluasi harian, rapat evaluasi mingguan juga diadakan setiap jumat yang bertujuan untuk melihat mekanisme kerja selama seminggu.<sup>75</sup>

Hasil dari perencanaan yang sudah diterapkan bila tidak memenuhi target yang telah ditentukan, pihak manajemen akan selalu mencari tahu kenapa hal tersebut bisa terjadi sehingga tidak akan terulang kembali. Lisa Iriani Djaafar menjelaskan:

“Pada saat *On Air*, biasanya jika ada yang dianggap kurang oleh produser program maka saya akan diberitahu secara langsung dan biasanya saya akan menyampaikan mengenai kendala saya pada rapat evaluasi tiap minggunya”<sup>76</sup>

Adapun tolok ukur keberhasilan Program Pesona K-Pop dilihat dari antusiasme pendengar dalam mengikuti jalannya program serta feedback dari pendengar terkait program tersebut. Aryanti Nugraha mengatakan :

“ Sejauh ini, strategi yang diterapkan untuk mempertahankan pendengar telah berhasil. Hal ini dibuktikan dengan adanya 180 ribu lebih pendengar pada Program Pesona K-Pop. Adapun respon masyarakat cukup positif, hal tersebut

---

<sup>74</sup> Aryanti Nugraha (35 tahun). Program Direktur & Produser Program Pesona K-Pop Radio telstar: Wawancara 4 November 2019

<sup>75</sup> Setyo Utomo Wicaksono. Strategi Manajemen Pemeritaan Harian Ujungpandang Ekspres dalam menghadapi Persaingan dengan media Online. Skripsi UIN Alauddin Makassar. 2018. h.54

<sup>76</sup> Lisa Iriani Djaafar (28 Tahun). Penyiar Program Pesona K-Pop: Wawancara 2 November 2019

dapat dilihat dari antusiasme pendengar dalam melakukan *request* baik itu melalui via telfon/sms, via whats App, maupun social media.

Berdasarkan uraian tersebut, Program Pesona K-Pop dalam melakukan proses evaluasi telah dilakukan dengan baik. Hal tersebut dapat terlihat tahapan evaluasi secara langsung dan evaluasi setiap minggunya yang dilakukan oleh program manajer, produser program, pimpinan serta penyiar untuk melihat kekurangan-kekurangan pada saat siaran, agar kesalahan tersebut dapat diperbaiki atau dibenahi pada siaran berikutnya

### **C. Faktor Pendukung dan Penghambat**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Program Pesona K-Pop Radio telstar, terhadap strategi mempertahankan Program Pesona K-Pop, maka peneliti dapat mendeskripsikan mengenai faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam mempertahankan eksistensi Program Pesona K-Pop.

#### **1. Faktor Pendukung**

Program Pesona K-Pop dalam mempertahankan eksistensinya memiliki beberapa faktor pendukung, antara lain :

##### **1) Memiliki fasilitas yang memadai**

Pada radio Telstar memiliki fasilitas yang memadai baik peralatan teknis internal maupun peralatan teknis eksternal. Sehingga hal ini dapat menunjang jalannya proses siaran yang Peralatan teknis internal yang dimaksud sound system dan model siaran yang sudah digitalisasi yang cukup memadai untuk menunjang kualitas siaran.

##### **2) Memiliki SDM yang baik/ profesional**

Dalam suatu lembaga Radio tentunya memiliki SDM yang baik dalam hal broadcasting dan juga pendidikan yang tinggi. Dalam hal broadcast

kualitas suara penyiar, gaya bahasa, kemampuan dan kreatifitas penyiar harus baik.

Penyiar menjadi salah satu faktor pendukung Program Pesona K-Pop dalam menjaga eksistensinya. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa latar belakang pendidikan penyiar adalah seorang sarjana dan wawasan mengenai dunia K-Pop sangat baik. Lisa Iriani Djaafar mengatakan :

“Tentunya jika jadi seorang penyiar, harus cinta dulu dan tahu informasi-informasi terbaru mengenai K-Pop. Informasi yang penting itu seperti lagu-lagu terbaru, drama korea terbaru juga informasi mengenai kehidupan selebriti Korea”

Selain itu, pembawaan penyiar yang *humble* dan menyenangkan sangat disukai oleh pendengar. Jessy Magfirah Miryanas mengatakan :

“ Hal yang menarik dari program tersebut adalah pembawaan penyiarnya yang ringan dan ramah terhadap pendengar, music yang *up to date*, dan diselingi berita-berita terbaru dari dunia hiburan Korea Selatan”<sup>77</sup>

Dalam hal broadcast kualitas suara penyiar, gaya bahasa, kemampuan dan kreatifitas penyiar harus baik.

### 3) Konten

Konten adalah faktor yang sangat mendukung Program Pesona K-Pop dalam menjaga eksistensinya, hal tersebut dikarenakan pada saat sekarang ini music Korea sedang trend dan digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Aryanti Nugraha mengatakan :

“Trend music dan budaya Korea Selatan yang masih diminati masyarakat Indonesia sampai sekarang, sehingga Program pesona K-Pop memiliki penggemarnya tersendiri”<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> Jessy Magfirah Miryanas (20 Tahun). Mahasiswi. Wawancara 4 November 2019

<sup>78</sup> Aryanti Nugraha (35 tahun). Program Direktur & Produser Program Pesona K-Pop Radio telstar: Wawancara 4 November 2019

Selain menyediakan lagu serta informasi Korea yang kekinian, pihak manajemen Program Pesona K-Pop tetap mempertahankan segmentasinya yaitu Telstar Pesona Keluarga, sehingga tetap ada *Roadmap* yang diikuti dalam proses *On Air*. Lisa Iriani Djaafar menjelaskan:

“Pada saat ada *request* dari pendengar, kami tetap melakukan *filter* terhadap lagu-lagu Korea yang sesuai dengan segmentasi Radio Telstar yaitu Pesona Keluarga”<sup>79</sup>

#### 4) Pendengar

Pendengar adalah faktor yang sangat mendukung Program Pesona K-Pop dalam menjaga eksistensinya, hal tersebut dikarenakan pada saat sekarang ini music Korea sedang trend dan digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Jessy Magfirah Miryanas mengatakan :

“ Saat ada waktu luang, saya mendengarkan Program Pesona K-Pop. Saya memilih menjadi pendengar yang aktif. Saya selalu melakukan *request* pada saat program tersebut berlangsung. Seru juga rasanya apabila lagu yang kita *request* diputar yang bersaing dengan beberapa pendengar yang juga ikut serta melakukan *request* lagu.

Musik Korea ternyata tidak hanya digandrungi oleh kaum wanita, akan tetapi juga ada beberapa pendengar laki-laki. Hidayatullah mengatakan :

“ Saya suka dengan dunia K-Pop, karena para artis Korea terkenal akan disiplinnya dalam latihan dan lagu-lagunya yang enak didengar”<sup>80</sup>

Pendengar adalah faktor yang sangat mendukung Program Pesona K-Pop dalam menjaga eksistensinya, hal tersebut dikarenakan direktur program, produser program dan penyiar bekerja sama dalam menyusun konten serta rutin dilakukan pengawasan dan evaluasi.

---

<sup>79</sup> Lisa Iriani Djaafar (28 Tahun). Penyiar Program Pesona K-Pop: Wawancara 2 November 2019

<sup>80</sup> Hidayatullah (23 Tahun). Mahasiswa. Wawancara 5 November 2019

## 2. Faktor Penghambat

Program Pesona K-Pop dalam mempertahankan eksistensinya memiliki beberapa faktor penghambat, antara lain :

### 1) Komputer eror

Faktor penghambat yang paling umum sering terjadi adalah ketika Komputer error pada saat Siaran sedang berlangsung sehingga mengakibatkan proses siaran tertunda. Kalau untuk pembenahan teknik penulis mempunyai solusi supaya dilakukan pergantian peralatan secara bertahap. Lisa Iriani Djafaar mengatakan

“Biasanya yang menjadi kendala pada saat siaran yaitu jika Komputer error, jadi saya harus menyediakan rencana cadangan untuk mengatasi masalah tersebut. Seperti memutar recording siaran sebelumnya”

### 2) Kebutuhan Pendengar

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa tren musik K-Pop dengan cepat dapat berubah-ubah sehingga hal tersebut menjadi tantangan bagi pihak manajemen dalam mempertahankan ciri Radio telstar sebagai Radio keluarga.

Aryanti Nugraha mengatakan :

“ Se jauh ini tidak ada kendala yang berarti. Tapi yang menjadi tantangan adalah bagaimana tetap bias memenuhi selera pasar/pendengar namun tetap mempertahankan ciri Radio telstar sebagai radio keluarga<sup>81</sup>

### 3) Playlist Lagu

Berdasarkan hasil wawancara, *Playlist lagu* menjadi salah satu faktor penghambat. Hal tersebut dikarenakan ada beberapa lagu yang di request oleh pendengar namun sulit untuk ditemukan atau belum ada di database pada saat pendengar melakukan *request*. Lisa Iriani Djaafar menjelaskan:

---

<sup>81</sup> Aryanti Nugraha (35 tahun). Program Direktur & Produser Program Pesona K-Pop Radio telstar: Wawancara 4 November 2019

“ Biasanya ada beberapa *request* dari pendengar yang tidak ada di *database* kami, sehingga kami melakukan filter terhadap beberapa list dan mencari lagu tersebut di sela-sela pemutaran lagu lainnya”<sup>82</sup>



---

<sup>82</sup> Lisa Iriani Djaafar (28 Tahun). Penyiar Program Pesona K-Pop: Wawancara 2 November 2019



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara mengenai Strategi Manajemen Radio Telstar Dalam Mempertahankan Program Pesona K-pop dengan menggunakan teori-teori manajemen POAC oleh George R.Terry, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Radio Telstar memiliki strategi disetiap tahap manajemennya dalam mempertahankan program Pesona K-Pop. Strategi perencanaan (*planning*), dimana pihak manajemen Radio Telstar telah melakukan tahap perencanaan dengan sangat baik. Yaitu dengan proses persiapan dengan melakukan banyak tahapan. Hal tersebut dapat terlihat dari proses perencanaan yang matang dari program direktur, produser program dan penyiar sehingga jalannya Program Pesona K-Pop lebih terarah dan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Strategi pengorganisasi (*organizing*), Radio Telstar telah melakukan tahap organisasi dengan sangat baik. Hal tersebut dapat terlihat dari pembagian tugas serta beban kerja yang telah tersusun rapi selain itu, dalam Strategi penggerakan (*actuating*) proses bimbingan kepada karyawan agar mereka menjalankan tugas-tugas pokoknya sesuai dengan keterampilan yang dimiliki dan dukungan sumber daya yang tersedia. Radio Telstar juga melakukan strategi ini dari pelaksanaan yang dilakukan sesuai rencana yang telah ditetapkan serta pengarahan yang dapat membantu dalam mekanisme kerja seperti strategi-strategi yang dilakukan oleh program direktur, produksi program, ataupun penyiar untuk menarik

minat pendengarnya dengan memperhatikan selear pasar namun tetap mempertahankan segmentasi Radio Telstar yaitu radio keluarga . Hal ini sangat penting untuk menjaga eksistensi program tersebut karena semakin kedepan teknologi semakin berkembang, dengan melihat hal tersebut membuat Radio Telstar harus terus berinovasi. Strategi pengawasan (*controlling*) Radio Telstar dalam melakukan tahapan pengawasan melihat mekanisme kerja dilakukan sangat baik. Hal tersebut dapat terlihat dari pengawasan pada jalannya program, penyiar program serta respon dari masyarakat sehingga hal tersebut dapat menjadi referensi bagi Radio Telstar apakah program Pesona K-Pop telah berjalan sesuai dengan perencanaan awal dan untuk menilai apakah program dianggap berhasil. Strategi Evaluasi dalam melihat mekanisme kerja dilakukan dengan cukup baik, karena pihak manajemen rutin melakukan rapat evaluasi tiap minggunya untuk melihat hasil yang dilakukan penyiar, dan apa saja yang harus dievaluasi.

2. Penelitian ini memiliki beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat. Adapun faktor pendukung dalam program tersebut yaitu memiliki fasilitas yang memadai, memiliki SDM yang baik dan professional, memiliki waktu siaran yang tepat, konten yang mendukung program, serta pendengar yang antusias. Adapun faktor penghambat yaitu waktu siaran yang singkat, komputer error, serta kebutuhan pendengar yang mengikuti tren.

## ***B. Implikasi Penelitian***

Setelah melihat dan mengumpulkan data dari hasil observasi maupun wawancara yang dilakukan, penulis dapat menyimpulkan implikasi penelitian dari segi teoritis dan praktis, diantaranya:

1. Implikasi teoritis hasil penelitian ini .yaitu sebagai bahan informasi bagi pembaca, acuan dan referensi penelitian yang berkaitan, sebagai ragam penelitian antara ilmu komunikasi dan dakwah serta referensi bagi siapa yang ingin mendirikan suatu stasiun radio penyiaran.
2. Implikasi praktis penelitian ini yaitu mampu memberi pemahaman tentang peran program radio dalam memberikan informasi, menarik simpati pendengar, dan juga mampu menggambarkan program-program ataupun segmen-segmen yang kreatif pada stasiun radio.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Abu dan Narbuko Cholid, *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Ardianto, Elvinaro. Komunikasi Massa. *Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama. Media: Bandung. Baksin, Askurifai. 2007.
- Arsyad, Azhar. *Pokok-Pokok Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Asep, Syamsul M. Romli. *Kamus Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010).
- , *Broadcast Jurnalisme*. Cat. I; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Bahraesy, Budi. *Pertanggungjawaban Pidana Bagi Pelaku Penggunaan Frekuensi Radio Tanpa Izin Berdasarkan Undang-Undang Tentang Telekomunikasi*. Jurnal Penelitian Hukum DE JURE, ISSN 1410-5632 Vol. 16 No. 3, 2016. H : 266.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 1998.
- , *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Dunsu, Pingkan Elita, “*Terlena Pusaran Korean Wave*”, *Kompas*, diakses dari <https://travel.kompas.com/read/2013/10/27/1438203/Terlena.Pusaran.Korean.Wave.?page=all> pada tanggal 2 Oktober 2019
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda karya, 1990.
- , *Radio Siaran Teori dan Praktek*. CV Mandar Maju, Bandung, 1991.
- Fakhruddin, Andi. *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. Cet.2; Jakarta: PT. Kencana Prenadamedia Group, 2013.
- Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Ira, *Radio Tetap Eksis di Era Internet*, diakses dari <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34249-radio-tetap-eksis-di-era-internet> pada tanggal 01 Oktober 2019.
- Kaye, Jude. *Perencanaan Strategis bagi Organisasi Nirlaba*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005.
- Liliweri. *Wacana Komunikasi Organisasi*. Mandar Maju: Bandung, 2004.
- Madsuki. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: PT. LkiS, 2005.

- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Moeleong, Lexi J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet. XXV; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya: 2008.
- Nawawi, H. Hadari. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. DKI Jakarta, 2004.
- RI, Departemen Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: CV. Darus Sunnah, 2007.
- Shihab, M.Quraish, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Shihab, M. Quraish Shihab. Tafsir Qs An-Nahl :90 dalam, diakses dari <https://tafsirq.com/16-an-nahl/ayat-90#tafsir-quraish-shihab> pada tanggal 6 Oktober 2019.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*. Cet. Ke-12; ed.Ke-3; Bandung: Remadja Rosda Karya, 1998.
- Saefullah, Kurniawan & Erni Tisnawati Sule. *Pengantar Manajemen*. Cet III; Jakarta: Kencana, 2008.
- Said, Irwanti. *Fungsi Sosial Siaran Radio*. Cet: I, Alauddin University Press, 2012.
- Saraswati, Dyah - detikHot “Menilik Pengaruh Radio pada Perkembangan Musik di Putaran Zaman”, di akses dari <https://hot.detik.com/music/d-4258779/menilik-pengaruh-radio-pada-perkembangan-musik-di-putaran-zaman-pada-tanggal-1> Oktober 2019.
- Sugiono, *Metodologi Penelitian Pendidikan; Pendidikan Kualitatif, dan R&D*. Cet. VI; Bandung: Alfabeta, 2008.
- Totok, Djuroto. *Majajemen Pemberitaan Pers*. Bandung: PT Rosdakarya, 2004.
- Triartanto, A. Ius Y. *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2010.
- Wahyudi, J.B. *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka, Utama 1994.
- Wicaksono., Setyo Utomo. *Stratgei Manajemen Pemeritaan Harian Ujungpandang Ekspres dalam menghadapi Persaingan dengan media Online. Skripsi UIN Alauddin Makassar*. 2018. h.54
- Yuanita, Sari. *Korean Wave Dari K-pop Hingga Tampil Gaya Ala Korea*. Yogyakarta: Ideaterra Media Pustaka, 2012.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
M A K A S S A R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Kampus I : Jl. Sultan Alauddin No.63 Makassar  
Kampus II : Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36 Romang polong-Gowa ☎ (0411) 841879  
Email : fak.dakwah.komunikasi@uin-alauddin.ac.id  
Website: fdk.uin-alauddin.ac.id

Nomor : B-5227/Un.06-DU.I/TL.00/10/2019

Gowa, 30 Oktober 2019

Sifat : Penting

Lamp : 1 (Satu) Rangkap

Hal : *Permohonan Izin Penelitian*

Kepada

Yth. Bapak Gubernur Prov. Sulawesi-Selatan

Cq. Kepala UPT, P2T, BKPM, Prov. Sul-Sel.

di

**Makassar**

*Assalamu Alaikum Wr.Wb*

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa UIN Alauddin Makassar yang tersebut namanya dibawah ini :

Nama : Nurhikma Rahmadhani Syam  
NIM : 50700115072  
Tingkat/Semester : IX (Sembilna)  
Fakultas/Jurusan : Dakwah & Komunikasi/Illmu Komunikasi

Bermaksud melakukan penelitian dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul  
*"Strategi Manajemen Radio Telstar dalam Mempertahankan Program Pesona K-Pop"*

Dosen pembimbing : 1. Dr. Irwanti Said, M. Pd  
2. Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk mengadakan penelitian di *Radio Telstar* dari tanggal 1 November s.d. 1 Desember 2019

Demikian, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalam*

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bid. Akademik dan  
Pengembangan Lembaga

  
Dr. Irwan Misbach, SE., M.Si

NIP : 19730116 200501 1 004

Tembusan ;

1. Rektor UIN Alauddin Makassar ( sebagai ) Laporan
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Arsip



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 25279/S.01/PTSP/2019  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Penelitian

KepadaYth.  
Pimpinan Redaksi Radio Telstar Makassar

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Dekan Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Nomor : B-5327/Un.06-DU.I/TL.00/10/2019 tanggal 30 Oktober 2019 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a : NURHIKMA RAMADHANI SYAM  
Nomor Pokok : 50700115072  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)  
Alamat : Jl. Slt Alauddin No. 63, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

" STRATEGI MANAJEMEN RADIO TELSTAR DALAM MEMPERTAHANKAN PROGRAM PESONA K-POP "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 01 November s/d 01 Desember 2019

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian,

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada tanggal : 31 Oktober 2019

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN  
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU  
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN  
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu

A. M. YAMIN, SE., MS.  
Pangkat : Pembina Utama Madya  
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth  
1. Dekan Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar di Makassar;  
2. *Pertinggal.*

SIMAP PTSP 31-10-2019



Jl. Bougainville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://simap.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
Makassar 90231





Dengan Hormat, yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aryanti Nugraha  
Jabatan : Direktur Program

Dengan ini menerangkan bahwa telah member izin kepada :

Nama : Nurhikma Rahmadhan iSyam  
Tempat, Tanggal Lahir : Kampung Baru, 9 Januari 1997  
NIM : 50700115072  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
JenisKelamin : Perempuan  
Alamat : Jl.Tamangapa, Antang. BTN Bumi Pratama Residence C1/16

Telah melakukan proses penelitian dan pengumpulan data dalam rangka penyusunan tugas akhir yang berjudul :

**" STRATEGI MANAJEMEN RADIO TELSTAR DALAM MEMPERTAHANKAN  
PROGRAM PESONA K-POP"**

Yang dilaksanakan pada bulan Oktober s/d November 2019

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 6 November 2019

Direktur Program

  
**Radio Telstar**  
PT. RADIO TERMINAL SUARA LESTARI  
Aryanti Nugraha

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

### 1. Identitas Peneliti

Nama : Nurhikma Rahmadhani Syam  
Tempat Tanggal Lahir : Kampung Baru, 9 Januari 1997  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Judul Penelitian : Strategi Manajemen Radio Televisi Dalam Mempertahankan Program Person K-Pop

### 2. Identitas Informan

Nama Informan : Aryanti Nugraha  
Jabatan : Program Direktur sekaligus Produser Program Person K-Pop.  
Umur : 35 Tahun  
Pendidikan : Si  
Alamat : Jl. Ali Makka

Dengan ini menyatakan bahwa masing-masing pihak (peneliti dan informan) telah mengadakan kesepakatan wawancara dalam rentang waktu yang telah ditentukan sebelumnya terhitung bulan Oktober sd November 2019 yang disesuaikan dengan kondisi dan kesediaan waktu informan. Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk sebagaimana mestinya.

Makassar, 28 Oktober 2019

Informan



Aryanti Nugraha.

Peneliti



Nurhikma Rahmadhani Syam

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

### 1. Identitas Peneliti

Nama : Nurhikma Rahmadhani Syam  
Tempat Tanggal Lahir : Kampung Baru, 9 Januari 1997  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Judul Penelitian : Strategi Manajemen Radio Telstar Dalam Mempertahankan Program Pesdora K-Pop

### 2. Identitas Informan

Nama Informan : Alfrant Abbas  
Jabatan : Penyiar Program Pesdora K-Pop  
Umur : 32 th  
Pendidikan : S1  
Alamat : Jl. Ali Malaka

Dengan ini menyatakan bahwa masing-masing pihak (peneliti dan informan) telah mengadakan kesepakatan wawancara dalam rentang waktu yang telah ditentukan sebelumnya terhitung bulan Oktober sd November 2019 yang disesuaikan dengan kondisi dan kesediaan waktu informan. Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk sebagaimana mestinya.

Makassar, 28 Oktober 2019

Informan



Peneliti



Nurhikma Rahmadhani Syam

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

### 1. Identitas Peneliti

Nama : Nurhikma Rahmadhani Syam  
Tempat Tanggal Lahir : Kampung Baru, 9 Januari 1997  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Judul Penelitian : Strategi Manajemen Radio Telstar Dalam Mempertahankan Program Pesona K-Pop

### 2. Identitas Informan

Nama Informan : Lisa Inani Djaafar  
Jabatan : Penyiar Program Pesona K-Pop  
Umur : 28 th  
Pendidikan : SL  
Alamat : Jl. Ali Malaka

Dengan ini menyatakan bahwa masing-masing pihak (peneliti dan informan) telah mengadakan kesepakatan wawancara dalam rentang waktu yang telah ditentukan sebelumnya terhitung bulan Oktober sd November 2019 yang disesuaikan dengan kondisi dan kesediaan waktu informan. Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk sebagaimana mestinya.

Makassar, 28 Oktober 2019

Informan



Peneliti



Nurhikma Rahmadhani Syam

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

### 1. Identitas Peneliti

Nama : Nurhikma Rahmadhani Syam  
Tempat Tanggal Lahir : Kampung Bani, 9 Januari 1997  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Judul Penelitian : Strategi Manajemen Rasio Telstar dalam Mempertahankan Program Rasio K-Pop

### 2. Identitas Informan

Nama Informan : Kurnia Lestari  
Jabatan : Pendengar radio / Mahasiswa  
Umur : 22 th  
Pendidikan : S1  
Alamat : Jl. Cendrawasih

Dengan ini menyatakan bahwa masing-masing pihak (peneliti dan informan) telah mengadakan kesepakatan wawancara dalam rentang waktu yang telah ditentukan sebelumnya terhitung bulan Oktober sd November 2019 yang disesuaikan dengan kondisi dan kesediaan waktu informan. Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk sebagaimana mestinya.

Makassar, 28 Oktober 2019

Informan



Peneliti



Nurhikma Rahmadhani Syam

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

### 1. Identitas Peneliti

Nama : Nurhikma Rahmadhani Syam  
Tempat Tanggal Lahir : Kampung Baru, 9 Januari 1997  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Judul Penelitian : Strategi Manajemen Radio Teluk Dalam Mempertahankan Program Petrona K-Pop

### 2. Identitas Informan

Nama Informan : Hidayatullah  
Jabatan : Pengantar radio / mahasiswa  
Umur : 23  
Pendidikan : Si  
Alamat : Jl. Cendrawasih.

Dengan ini menyatakan bahwa masing-masing pihak (peneliti dan informan) telah mengadakan kesepakatan wawancara dalam rentang waktu yang telah ditentukan sebelumnya terhitung bulan Oktober sd November 2019 yang disesuaikan dengan kondisi dan kesediaan waktu informan. Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk sebagaimana mestinya.


Makassar, 28 Oktober 2019

Informan



Hidayatullah

Peneliti



Nurhikma Rahmadhani Syam

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

### 1. Identitas Peneliti

Nama : Nurhikma Rahmadhani Syam  
Tempat Tanggal Lahir : Kampung Baru, 9 Januari 1997  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Judul Penelitian : Strategi Manajemen Rasio Telstar dalam Mempertahankan Program Rescue K-pop

### 2. Identitas Informan

Nama Informan : Jessy Magfirah Muryanti  
Jabatan : Pembengar Rasio / Mahasiswa  
Umur : 20 th  
Pendidikan : S1  
Alamat : Samata, Gowa

Dengan ini menyatakan bahwa masing-masing pihak (peneliti dan informan) telah mengadakan kesepakatan wawancara dalam rentang waktu yang telah ditentukan sebelumnya terhitung bulan Oktober sd November 2019 yang disesuaikan dengan kondisi dan kesediaan waktu informan. Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk sebagaimana mestinya.

Makassar, 28 Oktober 2019

Informan



Peneliti



Nurhikma Rahmadhani Syam

## PEDOMAN WAWANCARA

### 1. Program Direktur

#### A. Identitas Informan

Nama : Aryanti Nugraha  
Umur : 35 th  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Profesi / Jabatan : Program Direktur  
Tanggal Wawancara : 2 November 2019  
Jam : 16:00-17:30  
Durasi Wawancara : 90 menit

#### B. Teks Wawancara

1. Bagaimana strategi perencanaan/*planning*, perorganisasian/*Organizing*, penggerakan/*actuating*, , dan pengawasan/*controlling* radio telstar dalam mempertahankan program pesona k-pop

a. Perencanaan/*Planning*

- Bagaimana persiapan produksi siaran program pesona k-pop?
- Bagaimana kelayakan siaran pada program tersebut?
- Apakah strategi siaran yang telah direncanakan untuk mencapai target?
- Apakah ada persiapan yang diberikan penyiar sebelum menyiar?
- Apa tujuan dari produksi program siaran pesona k-pop

b. Organisasi/*Organizing*

- Bagaimana struktur kerja dalam melaksanakan siaran?
- Bagaimana kerja tim pada tahap produksi?
- Apakah ada reward atau funishmen yang diberikan kepada penyiar apabila mendapatkan prestasi atau melakukan pelanggaran?

c. Penggerakan/*Actuating*

- Bagaimana proses produksi pada program pesona k-pop?
- Bagaimana strategi yang diterapkan untuk menarik minat pendengar?
- Bagaimana program pesona k-pop menjaga atau meningkatkan minat pendengar?
- Bagaimana proses editing yang dilakukan?



d. Pengawasan/*Controlling*

- Strategi apa saja yang dilakukan oleh program direktur Untuk mempertahankan program tersebut?
  - Bagaimana strategi radio telstar dalam mempertahankan pendengarnya?
  - Apakah sering dilakukan rapat evaluasi ataupun rapat produksi?
  - Bagaimana respon dari pendengar terhadap program pesona k-pop?
  - Apa harapan anda terhadap program pesona k-pop?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam mempertahankan program pesona k-pop?
- Apa saja faktor pendukung dalam mempertahankan program pesona k-pop?
  - Apa saja faktor penghambat dalam mempertahankan program pesona k-pop?
  - Solusi apa yang diterapkan dalam menghadapi hambatan dalam mempertahankan program pesona k-pop?

**2. Produser Program**

**A. Identitas Informan**

Nama : Aryanti Nugraha  
Umur : 35 tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Profesi / Jabatan : Produser Program Pesona K-Pop  
Tanggal Wawancara : 2 November 2018  
Jam : 16:00-17:00  
Durasi Wawancara : 90 menit

**B. Teks Wawancara**

1. Bagaimana strategi perencanaan/*planning*, perorganisasian/*Organizing*, penggerakan/*actuating*, , dan pengawasan/*controlling* radio telstar dalam mempertahankan program pesona k-pop

a. Perencanaan/*Planning*

- Bagaimana persiapan produksi siaran program pesona k-pop?
- Bagaimana menyusun startegi kreatif terhadap program pesona K-Pop?
- Apakah strategi siaran yang telah direncanakan untuk mencapai target?
- Apakah ada persiapan yang diberikan penyiar sebelum menyiar?

- b. *Organisasi/Organizing*
    - Bagaimana struktur kerja dalam melaksanakan siaran?
    - Bagaimana kerja tim pada produksi program pesona K-Pop?
    - Bagaimana menentukan penyiar untuk program pesona K-pop?
    - Apakah ada reward atau funishmen yang diberikan kepada penyiar apabila mendapatkan prestasi atau melakukan pelanggaran?
  - c. *Penggerakan/Actuating*
    - Bagaimana proses produksi pada program pesona k-pop?
    - Bagaimana strategi yang diterapkan untuk menarik minat pendengar?
    - Bagaimana program pesona k-pop menjaga atau meningkatkan minat pendengar?
    - Bagaimana proses editing yang dilakukan?
  - d. *Pengawasan/Controlling*
    - Strategi apa saja yang dilakukan oleh program direktur Untuk mempertahankan program tersebut?
    - Apakah strategi yang diterapkan dapat mempertahankan pendengar?
    - Berapa banyak pendengar program pesona K-pop?
    - Bagaimana respon dari pendengar terhadap program pesona k-pop
    - Bagaimana anda melihat keberhasilan kerja terhadap produksi program pesona K-pop?
    - Bagaimana anda mengevaluasi program ini?
    - Apakah sering dilakukan rapat evaluasi ataupun rapat produksi?
    - Apa harapan anda terhadap program pesona k-pop?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam mempertahankan program pesona k-pop?
- Apa saja faktor pendukung dalam mempertahankan program pesona k-pop?
  - Apa saja faktor penghambat dalam mempertahankan program pesona k-pop?
  - Solusi apa yang diterapkan dalam menghadapi hambatan dalam mempertahankan program pesona k-pop?

### 3. Penyiar

#### A. Identitas Informan

Nama : Lisa iriani Djaafar  
Umur : 28 th  
Jenis Kelamin : perempuan  
Profesi / Jabatan : Penyiar program Pesona K-Pop  
Tanggal Wawancara : Sabtu 2 November 2019  
Jam : 16:00  
Durasi Wawancara : 2 jam

#### B. Teks Wawancara

1. Bagaimana strategi perencanaan/*planning*, perorganisasian/*Organizing*, penggerakan/*actuating*, dan pengawasan/*controlling* radio telstar dalam mempertahankan program pesona k-pop ?

a. Perencanaan/*Planning*

- Apa persiapan yang anda lakukan pada saat siaran akan dimulai?
- Bagaimana startegi kreatif terhadap program pesona K-Pop?
- Apakah strategi siaran yang telah direncanakan untuk mencapai target?
- Menurut anda seperti apa itu program pesona K-pop?
- Apa yang menarik dari program tersebut?

b. Organisasi/*Organizing*

- Bagaimana struktur kerja dalam melaksanakan siaran?
- Bagaimana kerja tim pada program pesona K-Pop?
- Bagaimana menentukan penyiar untuk program pesona K-pop?
- Apakah ada reward atau funishmen yang diberikan kepada penyiar apabila mendapatkan prestasi atau melakukan pelanggaran?

c. Penggerakan/*Actuating*

- Bagaimana proses penyiaran program pesona K-pop?
- Bagaimana mengantisipasi jika terjadi hal yang tidak diinginkan saat proses penyiaran berlangsung?
- Bagaimana strategi yang anda lakukan agar bisa menarik minat pendengar pada program pesona k-pop?
- Bagaimana program pesona k-pop menjaga atau meningkatkan minat pendengar?

d. Pengawasan/*Controlling*

- Apakah strategi yang diterapkan dapat mempertahankan pendengar?
  - Berapa banyak pendengar program pesona K-pop?
  - Bagaimana respon pendengar terhadap program pesona K-pop?
  - Apa harapan anda terhadap program pesona k-pop?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam penyiar dalam mempertahankan program pesona k-pop?
- Apa saja faktor pendukung yang menunjang jalannya siaran?
  - Apa saja hambatan anda pada saat proses siaran berlangsung?
  - Solusi apa yang diterapkan dalam menghadapi hambatan dalam proses siaran?

**4. Penyiar**

**A. Identitas Informan**

Nama : Alfiyanti Abbas  
Umur : 32 th  
Jenis Kelamin : perempuan  
Profesi / Jabatan : Penyiar program Pesona K-Pop  
Tanggal Wawancara : Selasa 5 November 2019  
Jam : 16:30  
Durasi Wawancara : 1 jam

**B. Teks Wawancara**

1. Bagaimana strategi perencanaan/*planning*, perorganisasian/*Organizing*, penggerakan/*actuating*, dan pengawasan/*controlling* radio telstar dalam mempertahankan program pesona k-pop ?

e. Perencanaan/*Planning*

- Apa persiapan yang anda lakukan pada saat siaran akan dimulai?
- Bagaimana startegi kreatif terhadap program pesona K-Pop?
- Apakah strategi siaran yang telah direncanakan untuk mencapai target?
- Menurut anda seperti apa itu program pesona K-pop?
- Apa yang menarik dari program tersebut?

f. Organisasi/*Organizing*

- Bagaimana struktur kerja dalam melaksanakan siaran?
- Bagaimana kerja tim pada program pesona K-Pop?
- Bagaimana menentukan penyiar untuk program pesona K-pop?

- Apakah ada reward atau funishmen yang diberikan kepada penyiar apabila mendapatkan prestasi atau melakukan pelanggaran?
- g. Penggerakan/*Actuating*
  - Bagaimana proses penyiaran program pesona K-pop?
  - Bagaimana mengantisipasi jika terjadi hal yang tidak diinginkan saat proses penyiaran berlangsung?
  - Bagaimana strategi yang anda lakukan agar bisa menarik minat pendengar pada program pesona k-pop?
  - Bagaimana program pesona k-pop menjaga atau meningkatkan minat pendengar?
- h. Pengawasan/*Controlling*
  - Apakah strategi yang diterapkan dapat mempertahankan pendengar?
  - Berapa banyak pendengar program pesona K-pop?
  - Bagaimana respon pendengar terhadap program pesona K-pop?
  - Apa harapan anda terhadap program pesona k-pop?
- 3. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam penyiar dalam mempertahankan program pesona k-pop?
  - Apa saja faktor pendukung yang menunjang jalannya siaran?
  - Apa saja hambatan anda pada saat proses siaran berlangsung? Solusi apa yang diterapkan dalam menghadapi hambatan dalam proses siaran?

## 5. Pendengar

### A. Identitas Informan

Nama : Jessy Magfirah Miryanis  
 Umur : 20 th  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Profesi / Jabatan : Mahasiswi  
 Tanggal Wawancara : 05 November 2019  
 Jam : 13:00  
 Durasi Wawancara : 20 menit

### B. Teks Wawancara

- Apakah anda mengetahui radio Telstar?
- Apakah anda sering mendengarkan radio Telstar?
- Apakah anda mengetahui program siaran pesona K-pop yang ada di radi Telstar?

- Apakah anda sering mendengarkan program tersebut?
- Apa alasan anda mendengarkan program siaran tersebut?
- Apakah anda terhibur dengan program tersebut?
- Menurut anda, apa yang menarik dari program tersebut?
- Apa harapan anda untuk program Pesona K-pop kedepannya?

## 6. Pendengar

### A. Identitas Informan

Nama : Kurnia Lestari  
 Umur : 22 th  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Profesi / Jabatan : Mahasiswi  
 Tanggal Wawancara : 05 November 2019  
 Jam : 14:00  
 Durasi Wawancara : 20 menit

### B. Teks Wawancara

- Apakah anda mengetahui radio Telstar?
- Apakah anda sering mendengarkan radio Telstar?
- Apakah anda mengetahui program siaran pesona K-pop yang ada di radi Telstar?
- Apakah anda sering mendengarkan program tersebut?
- Apa alasan anda mendengarkan program siaran tersebut?
- Apakah anda terhibur dengan program tersebut?
- Menurut anda, apa yang menarik dari program tersebut?
- Apa harapan anda untuk program Pesona K-pop kedepannya?

## 7. Pendengar

### A. Identitas Informan

Nama : Hidayatullah  
 Umur : 23 th  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Profesi / Jabatan : Mahasiswa  
 Tanggal Wawancara : 05 November 2019  
 Jam : 17:30  
 Durasi Wawancara : 20 menit

## **B. Teks Wawancara**

- Apakah anda mengetahui radio Telstar?
- Apakah anda sering mendengarkan radio Telstar?
- Apakah anda mengetahui program siaran pesona K-pop yang ada di radi Telstar?
- Apakah anda sering mendengarkan program tersebut?
- Apa alasan anda mendengarkan program siaran tersebut?
- Apakah anda terhibur dengan program tersebut?
- Menurut anda, apa yang menarik dari program tersebut?
- Apa harapan anda untuk program Pesona K-pop kedepannya?



**Kantor Telstar radio 102,7 FM Makassar**



**Ruang Siaran Telstar Radio**





**Ruang Kerja Telstar Radio**



**Ruang Produksi Telstar Radio**



Logo Telstar Radio 102,7 FM Makassar



Flyer Program Pesona K-Pop Telstar Radio



### Proses Siaran Program Pesona K-Pop





## DOKUMENTASI KEGIATAN



**Gambar 1**  
**Lobbying dengan Admin Radio telstar**



**Gambar 2**  
**Mengamati jalannya Program Pesona K-Pop yang sedang On Air**



**Gambar 3**  
**Wawancara dengan Program Direktur Radio telstar**



**Gambar 4**  
**Wawancara dengan Penyiar Program Pesona K-pop**

## DOKUMENTASI KEGIATAN



**Gambar 5**  
**Wawancara dengan Informan**



**Gambar 6**  
**Wawancara dengan Informan**



**Gambar 7**  
**Wawancara dengan Informan**



**Gambar 8**  
**Wawancara dengan Produser Program**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nurhikma Rahmadhani Syam adalah nama lengkap dari penulis. Lahir di Kampung Baru, 9 Januari 1997. Penulis adalah anak kedua dari pasangan Drs. Syamsuddin dan Dra.Nurbaya. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari TK Bhayangkari, kemudian SD 211 Bulete, kemudian pendidikan di SMP Negeri 1 Pitumpanua, SMA Negeri 1 Pitumpanua dan pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan di UIN Alauddin Makassar dengan Jurusan Ilmu Komunikasi, Selama kuliah, penulis menjadi salah satu *Crew* di Radio Syiar 107.1 FM sebagai *Announcer* selain itu penulis bergabung di UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) Seni Budaya eSA. Selanjutnya bergabung di Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, dan diamanahkan menjadi wakil bendahara periode 2016. Kemudian penulis bergabung di Komunitas Paduan Suara Mahasiswa UIN Alauddin Makassar tahun 2017 sampai sekarang.

Motivasi terbesar penulis adalah menjadi anak yang bias membahagiakan kedua orang tua dan bisa bermanfaat bagi orang lain dengan cara terus bersungguh-sungguh dalam berusaha dan senantiasa berdoa kepada Allah swt. Akhir kata, penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat dan bernilai positif dikalangan masyarakat.